



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Programa Especial de Titulación

“Importación de bolsas biodegradables a base de
almidón de yuca de Indonesia para su distribución en
la ciudad de Lima en el año 2020”

Para obtener el Título Profesional de:

Licenciado en Administración de Negocios Internacionales

Bachiller La Torre Cárcamo, Javier Aldair

Licenciada en Administración de Negocios Internacionales

Bachiller Mendoza Romero, María Zully

Lima – Perú

2019

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	8
Descripción de la empresa:	8
Visión:	8
Objetivos:	9
Valores:	9
1. ANÁLISIS DEL MERCADO	10
1.1 Descripción de la idea de negocio:.....	10
1.2 Modelo Canvas:	10
1.3 Propuesta de Valor:	10
1.4 Segmento de clientes	11
1.5 Canales de distribución y Comunicación.....	12
1.6 Relación con los clientes	12
1.7 Estructura de Ingresos	12
1.8 Recursos Clave	13
1.9 Actividades Clave	13
1.10 Aliados Clave	14
1.11 Estructura de Costos	14
2. EL PRODUCTO.....	15
2.1 Descripción del producto:	15
2.2 Nombre del producto:.....	17
2.3 Logo	18
2.4 Slogan	18
2.5 Oportunidad de negocio:	18
2.6 Análisis del entorno:	19
2.6.1 Análisis del macroentorno	19
2.6.2 Análisis del microentorno - "País Perú":	20
2.7 Elección de nuestro mercado objetivo:	21
2.8 Método de Ranking de Factores:	22
2.8.1 Localización:	23
2.8.2 Disponibilidad de internet:.....	23
2.8.3 Volumen de clientes:	23
2.8.4 Impacto social:	23
2.8.5 Posibilidad de Expansión:	23
2.9 NGR Restaurantes:	24

2.10	Competidores actuales:	26
2.10.1	Nivel de competitividad.	26
2.11	Negociación con los clientes.	26
2.12	Fuerza negociadora de los proveedores:	26
3.	PLAN DE MARKETING Y VENTAS	28
3.1	Marketing Mix	29
3.1.1	Precio:	29
3.1.2	Mercado del consumidor:	29
3.1.3	Plaza:	29
3.1.4	Promoción:	30
3.2	Marketing verde	30
3.3	Táctica de ventas	30
3.4	Publicidad y promoción:	31
4.	GERENCIA Y ORGANIZACIÓN	32
4.1	Nombre del negocio:	32
4.2	Propietarios:	32
4.3	Bancos:	32
4.4	Tipo de sociedad:	33
4.5	Sistema de organización administrativa	34
4.5.1	Dirección General:	34
4.5.2	Gerente General:	35
4.5.3	Gerencia de Operaciones:	35
4.5.4	Gerencia financiera:	35
4.5.5	Gerencia de marketing y ventas:	35
4.5.6	Descripción de los cargos	36
4.6	Responsabilidad social empresarial:	37
4.6.1	Cumplimiento Régimen Legal:	37
4.6.2	Desarrollo de la persona:	37
4.6.3	Proyección familia:	38
4.6.4	Proyección comunidad:	38
4.6.5	Diseño ejecución políticas de estado:	38
4.7	Gastos	38
4.7.1	Gastos generales de administración	38
4.7.2	Gastos generales de ventas.....	39
4.8	Políticas del Negocio:	39
4.8.1	Política de precios:	39
4.8.2	Política de descuentos	39
4.8.3	Política de personal:	39
4.9	Métodos de pago:	40

4.10	Servicios de garantía:	40
4.11	Servicios adicionales:	41
4.12	Seguros	41
4.12.1	Seguros del personal:	41
4.12.2	Seguro de mercancía:	41
4.13	Localización Del Negocio	41
4.14	Definición Técnica Del Producto	42
4.15	Requerimientos	43
4.15.1	Requerimientos de Instrumentos de Trabajo:	43
4.15.2	Requerimiento de Personal.....	44
4.15.3	Requerimientos de Área	44
4.16	Diseño de Instalaciones del Negocio.....	45
4.17	Socios Comerciales:	45
4.18	Buenas Prácticas Laborales	46
5.	PLAN DE IMPORTACIÓN	47
5.1	Proceso de Importación del Producto	47
5.2	Análisis de costos y gastos de importación	47
5.3	Selección del precio de venta	49
5.4	Punto de equilibrio	50
5.5	Modalidad de Pago	51
5.6	Distribución Física Internacional	51
5.7	Características de la Carga	53
5.8	Cubicaje de la carga	53
5.9	Ubicación de las cajas en el palet	54
5.10	Apilamiento de las cajas	54
5.11	Cronograma de Pagos de Importación	55
6.	NECESIDADES FINANCIERAS	56
6.1	Presupuesto de inversión:	56
6.2	Estructura de capital	56
6.3	Inversión total	57
6.4	Capital de Trabajo	58
6.5	Activo tangible	59
6.6	Depreciación	60
6.7	Activo intangible	61
6.8	Planilla	62

6.9	Gastos Administrativos	63
6.10	Proyección de la demanda	63
6.11	Proyección de la demanda anual	65
6.12	Proyección de ventas	66
7.	PRESUPUESTOS	68
7.1	Presupuesto de Ventas	68
7.2	Poryeccion de las ventas:	69
7.3	Presupuesto de Compras	70
7.4	Presupuesto pago a proveedores	71
7.5	Estado de resultados	73
7.6	Estado de Flujo de Efectivo	76
7.7	Estado de Situación Financiera	77
7.8	Flujo Económico	78
7.9	Indicadores	79
7.9.1	Costo de Oportunidad del Capital- Cok	79
7.9.2	Costo Promedio ponderado de la financiación de un proyecto-WACC	80
7.10	Ratios	81
7.10.1	Ratio de Liquidez	81
7.10.2	Ratio de Rentabilidad	82
7.10.3	Viabilidad del Proyecto	83
8.	CONCLUSIONES	84
9.	BIBLIOGRAFÍA	85

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 : Información Básica de Indonesia.....	19
Tabla 2 : Método de Ranking de Factores.....	22
Tabla 3 : Tasa de Interés Promedio del Sistema Bancario	33
Tabla 4 : Análisis de Costos de Importación.....	48
Tabla 5: Determinación del Precio de Venta.....	50
Tabla 6: Punto de Equilibrio	51
Tabla 7: Tara de la carga.	53
Tabla 8: Cronograma de Importación	55
Tabla 9: Aporte de Socios.....	56
Tabla 10: Estructura de Capital	56
Tabla 11: El préstamo bancario.....	57
Tabla 12: Inversión Total	57
Tabla 13: Valor en aduanas base imponible	58
Tabla 14: Activo Tangible	60
Tabla 15: Depreciación.....	60
Tabla 16: Activo Intangible.....	61
Tabla 17: Planilla	62
Tabla 18: Gastos Administrativos.....	63
Tabla 19: Número de Tiendas NGR en el Perú.....	64
Tabla 20: Proyección de Tiendas.....	64
Tabla 21: Proyección de la Demanda	65
Tabla 22: Proyección de Ventas Mensuales - Cajas	66
Tabla 23: Proyección de Ventas Mensuales - Bolsas.....	67
Tabla 24: Presupuesto de Ventas.....	68
Tabla 25: Proyección de ventas.....	69
Tabla 26: Presupuesto de Compras	70
Tabla 27: Presupuesto de Pago a Proveedores.....	72
Tabla 28: Estado de Resultados Proyectado	74
Tabla 29: Estado de Resultado Mensual	75
Tabla 30: Estado de Flujo de Efectivo	76
Tabla 31: Estado de Situación Financiera.....	77
Tabla 32: Flujo Económico	78
Tabla 33: Costo de Oportunidad del Capital	79
Tabla 34: Costo Promedio Ponderado	80
Tabla 35: Ratio de Liquidez	81
Tabla 36: Ratio de Rentabilidad	82
Tabla 37: Viabilidad del Proyecto.....	83

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1:Características de las Eco - Bolsas	16
Gráfico 2: Eco Bolsa.....	17
Gráfico 3: Logo	18
Gráfico 4: Competencia.....	25
Gráfico 5: Uso de redes sociales.	28
Gráfico 6: Organigrama de A & Z ASOCIADOS SAC	34
Gráfico 7: Pirámide de Responsabilidad Social	37
Gráfico 8: Técnica del producto	42
Gráfico 9: Diseño de Almacén y Oficina	45
Gráfico 10: Proceso de Importación	51
Gráfico 11: La carga.....	53
Gráfico 12: Unitarización de la Carga	54
Gráfico 13: Apilamiento de las Cajas.....	54
Gráfico 14: Fechas de arribo y llegada de la carga.....	55

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Bolsa de almidón de yuca (ECO BOLSA)	15
Figura 2: Tienda Papa John's Jesús María.	25
Figura 3: Localización	42

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se realiza con la finalidad de ver la viabilidad de la importación de las bolsas biodegradables a base de almidón de Yuca y su posterior distribución a la cadena NGR Restaurantes, para cumplir dicho propósito realizaremos un arduo análisis en diversos aspectos. Para nosotros es muy importante lograr concientizar a las empresas acerca del daño que causan el uso de las bolsas de plástico y vean que la alternativa que les brindamos jugará un rol importante para el avance de nuestra sociedad.

Descripción de la empresa:

Somos 2 jóvenes emprendedores que tenemos como objetivo ser los primeros distribuidores de bolsas biodegradables a la cadena NGR Restaurantes, para esto estamos formando una Sociedad Anónima Cerrada. Seremos la primera empresa en importar de Indonesia bolsas biodegradables y tenemos el fiel compromiso de cumplir con responsabilidad con nuestros clientes en función a sus pedidos

¿Quiénes somos?

A&Z ASOCIADOS SAC, somos una empresa que posee 2 socios emprendedores que nos dedicaremos a la importación de bolsas biodegradables a base del almidón de yuca, brindando precios justos con un producto de alta calidad y sobre todo innovador, donde nuestro principal objetivo será satisfacer la necesidad de nuestros clientes para que tengan la certeza de que reciben un excelente producto. A su vez somos una empresa que su principal objetivo es pensar en nuestro medio ambiente por ello nuestros productos están orientados a no causar daños ecológicos.

Visión:

Buscamos constituirnos en el transcurso del tiempo como una empresa que esté al alcance de las diversas cadenas posicionadas en el Perú, buscando así ser una marca líder en la promoción del cuidado y conservación del medio ambiente, para así lograr alcanzar niveles comerciales y accesibles en la distribución de bolsas ecológicas

Misión:

A&Z ASOCIADOS SAC busca brindar exclusividad en cuanto a bolsas biodegradables se refiere, nuestro principal fin es ofrecer un producto de la mejor calidad por ello estaremos enfocados en tener una relación que sea estable y constante, es así que por eso mantendremos un trato directo con nuestro proveedor.

Objetivos:

- ✓ Incrementar el volumen de ventas ya pactadas, para así buscar expandirnos hacia otros mercados y lograr la acogida de diversos segmentos de consumidores.
- ✓ Llegar a ser una marca reconocida y posicionada para nuestro público objetivo logrando así que reconozcan la calidad de producto que brindaremos.
- ✓ Lograr concientizar a las grandes empresas sobre el daño que causan al medio ambiente las bolsas plásticas.

Valores:

- ✓ Responsabilidad: Tenemos el compromiso de cumplir con nuestros clientes, nuestros socios y con nuestros trabajadores para así lograr así ser con el tiempo embajadores de la promoción del uso de bolsas biodegradables.
- ✓ Honestidad: Trabajaremos siendo veraces, para lograr acreditación y acogida frente a socios y futuros clientes.
- ✓ Respeto: tendremos consideración unos a otros para así fomentar la buena convivencia en nuestro entorno laboral.

1. ANÁLISIS DEL MERCADO

1.1 Descripción de la idea de negocio:

A&Z ASOCIADOS SAC tendrá como objeto la importación y posterior distribución de bolsas biodegradables elaboradas a base de almidón de yuca, es muy importante para nosotros recalcar que estas bolsas llevan un proceso acelerado de biodegradación a comparación de las bolsas tradicionales y esto conlleva a que no perjudiquen al medio ambiente.

1.2 Modelo Canvas:

El modelo canvas fue creado en el 2011 por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur y se encuentra en el libro Generación de Modelos de Negocio, este modelo es una herramienta de negocios para definir el modelo de un negocio simplificando así 4 áreas: cliente, oferta, infraestructura y viabilidad económica, de esta manera elabora un cuadro analizando las 9 divisiones que el presenta y las usaremos a continuación en nuestro proyecto. El modelo Canvas aplicado a nuestro proyecto incluye:

1.3 Propuesta de Valor:

Según reporta el Foro Económico Mundial (con sus siglas en ingles WEF) el 30 de Mayo del 2018, Lima es la segunda ciudad más contaminada de América Latina, por lo tanto todos deberíamos tomar conciencia para así obtener como resultado la preservación del medio ambiente, por ende todas las empresas deberíamos ser las más interesadas en buscar una solución para enfrentar este problema, podrían empezar a usar productos que no generen mucha contaminación como las bolsas biodegradables, ya que estas a diferencia de una bolsa normal que tarde más de 500 años, están se degradan en un tiempo mucho menor. (RAZON, 2018)

Ante el uso desmesurado de bolsas plásticas en nuestro país, nuestros representantes en el congreso aprobaron la ley que regulará su uso, así como de los envases descartables con todos los centros comerciales. En estos, las autoridades encargadas informaron que aquellas empresas que continúen utilizando bolsas contaminantes, deberán pagar 10 céntimos por cada una de ellas, indicando que ese monto irá en aumento cada año con el fin de reducir su uso. “Ha ganado el Perú y el mundo”, fue aquella frase de la ministra de Ambiente, Fabiola Muñoz, nosotros también lo creemos ya varios países están aplicando el limitar el uso de bolsas plásticas y que

nuestro congreso haya aprobado la ley es un gran paso para que crezca nuestro país. (LA REPUBLICA, 2018)

Es el siglo del cuidado del medio ambiente debido a los últimos acontecimientos sucedidos por el cambio climático y esto es debido a la contaminación, es tiempo de tomar conciencia y es por eso que nuestra propuesta de valor es ir desplazando las bolsas que están hechas a base de resina de plástico que son derivados del petróleo, para así lograr que la personas tomen conciencia y empiecen a cuidar el medio ambiente. Nosotros buscaremos contribuir a la sociedad con nuestras bolsas hechas a base de almidón de yuca, que en contacto con el mar servirán como comida para los peces, de esta manera cuidamos también la vida marina. Además, estas bolsas tendrán un precio al alcance de nuestros clientes, basándonos en la información del Gerente entrevistado, mencionándonos que la cadena está dispuesta a pagar un 10% demás de su presupuesto por la compra de nuestras bolsas ecológicas teniendo en cuenta que las típicas bolsas subirán su precio con el pasar de los años.

1.4 Segmento de clientes

Las bolsas de plástico son de uso cotidiano para cualquier persona, hasta podríamos afirmar que son indispensables para el traslado de diversas cosas, es así que llegamos a ver distintos posibles mercados objetivos. Leyendo un artículo recordamos una frase de Osterwalder y Pigneur: “Los clientes son el corazón en un negocio”, eso es cierto, pero en este proyecto que estamos realizando hemos podido observar que el mercado que existe actualmente para acaparar es bastante amplio, por ello es necesario de que al buscar a los que serán nuestros clientes cumplan con un parámetro establecido, es así que hemos optado por segmentar a nuestro público objetivo y empezaremos trabajando con la Cadena de Negocios NGR Restaurantes.

Para esto hemos empleado el método de Ranking de Factores para poder determinar entre nuestros 3 clientes potenciales, con quien empezaremos a trabajar. De esta manera es que comparamos entre Delossy, NGR Restaurantes y Pardos Chicken. Estas 3 empresas se encuentran entre las más aceptadas y más grandes en todo el Perú y lo principal que usan el producto que nosotros pensamos brindar a nuestros clientes, básicamente hemos decidido trabajar con cadenas de restaurantes porque nos permitirá de una manera más rápida poder darnos a conocer con nuestras eco-bolsas. Como podemos ver en la Tabla #2 en la Página 25 que lleva por título Método de Ranking de Factores hemos tomado en cuenta 5 aspectos para poder determinar quién sería nuestro principal cliente, estos son: disponibilidad de internet, localización, volumen de clientes, impacto social y la posibilidad de expansión. Este método

consiste en asignar un peso relativo a cada factor de acuerdo a la influencia que tendrá en nuestro negocio, la suma de estos factores hacen la totalidad de 1. A cada una de estas 3 empresas se les dio una calificación del 1 al 10 de acuerdo a como se encontraban en referencia a cada factor, luego se obtiene una calificación ponderada de cada empresa con referencia a cada factor y es así como llegamos al resultado de que el mejor cliente para trabajar en función a los factores que son importantes para nuestro negocio es NGR Restaurantes.

1.5 Canales de distribución y Comunicación

Para llegar a nuestro fin que es la distribución de nuestro producto a nivel nacional, primero lograremos un acuerdo con nuestro proveedor de bolsas biodegradables AVANI ubicada en indonesia quien nos facilitara la mercancía bajo el termino internacional CIF, Iniciando una importación bajo el régimen de consumo, nosotros nos encargaremos de los gastos y procedimientos para nacionalizar la mercancía para luego vendérsela a NG Restaurants SA quien será nuestro único cliente en nuestra primera importación.

La cadena de comida buscara diferenciarse a través de nuestras bolsas y se sumara al cuidado del medio ambiente, ayudando a nuestro propósito de fomentar el uso de estas bolsas biodegradables, este hecho impulsara a su competencia directa quienes también buscarán contribuir con la reducción de la contaminación ambiental, para nosotros es muy importante que la introducción de nuestro producto cause un gran impacto en todas las personas, que conozcan que hay otras opciones y que está en nuestras mano salvar a nuestra madre Tierra.

1.6 Relación con los clientes

Sin duda alguna nuestra empresa tiene el compromiso de conseguir trabajar con los mejores indicadores de calidad y así lograr brindarles a nuestros clientes un producto único e innovador. Son los valores que rigen a nuestra empresa los que nos ayudaran a trabajar de manera correcta y el seguimiento continuo a la contra entrega de nuestro producto para saber la opinión que tienen nuestros clientes sobre nuestro trabajo, con esta retroalimentación buscaremos ir mejorando día a día.

1.7 Estructura de Ingresos

Para poder afirmar que nuestro proyecto sea sostenible y rentable en el transcurso del tiempo, será preciso que determinemos nuestra estructura de ingresos, nuestros ingresos estarán

conformados por el dinero que recibiremos de NGR como pago por la distribución de bolsas biodegradables.

1.8 Recursos Clave

Dentro de nuestros recursos claves el principal tener en cuenta es el contrato de exclusividad que buscamos tener con nuestro proveedor para de esa manera ser los únicos aquí en Perú que presenten este producto.

Por otro lado, el correcto manejo de la logística en nuestra importación y distribución del producto juega un rol muy importante ya que al ser bolsas biodegradables tienen un tiempo de vida.

1.9 Actividades Clave

Como lo hemos colocado en nuestro cuadro de lienzo canvas tenemos 3 actividades que son consideradas importantes por nosotros:



Selección del mejor proveedor. - Sin duda alguna sabemos que Avani cumple con las expectativas que nosotros tenemos con el inicio de este proyecto, tienen las mismas ganas de contribuir con el cuidado de nuestro medio ambiente y la vida marina que se ve afectada con la contaminación de las bolsas de plástico.



Como segunda actividad clave, consideramos que es importante determinar los términos de importación de una manera adecuada, buscando así que este proceso de importar productos más allá de ser rentable resulte un constante aprendizaje para nosotros jóvenes empresarios que recién iniciamos en el rubro. En nuestro caso lo haremos mediante el Incoterm CIF, ya que buscaremos reducir el riesgo en el transporte de la mercadería.



Otra actividad clave para nosotros es participar en ferias para dar a conocer nuestro producto y llamar a tomar conciencia a las personas, de que, si estamos en la posibilidad de contribuir con el cuidado del medio ambiente, es cuestión de tomar la iniciativa y empezar con el uso de nuestras ECO BOLSAS.

1.10 Aliados Clave



Nuestro primer aliado clave es AVANI, la empresa de Indonesia que tendrá contrato de exclusividad con nosotros, al ser esta la mejor empresa en el rubro de las bolsas biodegradables sabemos de la responsabilidad con la que vamos a trabajar ambos.



Como segundo aliado clave tenemos a NGR Restaurantes que es la cadena de tiendas que están apostando por contribuir al cambio del medio ambiente y dar un giro totalmente en su negocio, ya que serán los primeros emprendiendo esta nueva idea y dejarán por completo el uso de bolsas plásticas, de esta manera está el compromiso tanto de ellos como de nosotros de fomentar el cuidado del medio ambiente.

1.11 Estructura de Costos

De manera general los costos en los que influiremos serán:



Costos de importación de las bolsas biodegradables



Costos de distribución del producto



Pago a la empresa que nos ayudara con el proceso de importación “Antares Aduanas”



Pago a trabajadores

2. EL PRODUCTO

2.1 Descripción del producto:

Nuestro producto es un boom para nuestro país, tenemos el compromiso de brindarles algo de calidad que sin duda cumple con todos los estándares de calidad para ser un excelente producto. “ECO BOLSAS” la bolsa a base de almidón de yuca es una bolsa biodegradable y ecológica que al contacto con el agua en cuestión de segundos se empieza a deshacer; como sabemos la mayoría de los plásticos desemboca en el mar, al menos 8 millones de toneladas de plástico llegan al mar, estas bolsas empiezan a deshacerse y sirven de alimento para los peces, de esta manera no solo garantizamos el cuidado del medio ambiente en general sino de nuestro ecosistema y de la vida marina.

El biopolímero proveniente del almidón de yuca hace que se facilite la degradación de las bolsas al contacto con el agua, esto en un periodo de 120 días; este dato nos permite que pongamos en contraste el tiempo de degradación que tienen hoy en día las bolsas plásticas tradicionales ya que demoran aproximadamente 500 años en desaparecer. Según la Revista Ambientum, Consumer Eroski (2006) los plásticos ecológicos son elaborados con los polímeros naturales como son caña de azúcar, almidón de diversos productos que son transformados y no generan contaminación en la elaboración del producto.

Figura 1: Bolsa de almidón de yuca (ECO BOLSA)



FUENTE: Imágenes Google.

El producto concentra características parecidas a las de una bolsa de plástico convencional son: resistentes, prácticas, permeables; es por eso, la elaboración del producto será realizada por Avani que cumplirá con las normas técnicas establecidas y estándares de calidad de las instituciones y las necesidades del mercado.

Cada año, un estimado de 1 billón de bolsas de plástico se consume en todo el mundo. Las bolsas ecológicas basadas en la yuca, deben considerarse como una de las soluciones para mitigar esta horrible epidemia mundial. Las bolsas son una alternativa de base biológica que se convierte en el reemplazo ideal para las bolsas de plástico a base de petróleo.

Gráfico 1:Características de las Eco - Bolsas



FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

2.2 Nombre del producto:

Para nosotros como empresa es muy importante elegir un nombre adecuado para nuestro producto ya que esto influirá en la aceptación que las bolsas biodegradables tendrán en el mercado, y de esta manera captaremos la atención de nuestro cliente, es así que hemos considerado las siguientes características para determinar el nombre con el que daremos a conocer nuestro producto:

Gráfico 2: Eco Bolsa



FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

- ✓ Es de fácil dicción: esto nos permite que cuando mencionen nuestro producto sea ubicado en el momento en el que desean adquirirlo por nuestros consumidores, por ello también escogemos un nombre corto.
- ✓ Es fácil de recordar: Representa una conexión única y directa con nuestro producto.
- ✓ Trae rápidamente a la memoria las bondades de nuestro producto y así nuestro usuario final pueda reconocer su importación del mismo.

Tomando estos puntos en cuenta estos puntos, le pusimos a nuestro producto “Eco Bolsa”, ya que nuestro producto es una bolsa y es necesario recalcar ese aspecto y a su vez mencionamos la palabra “eco” que hace mención a lo ecológico que es el enfoque de todo nuestro proyecto.

2.3 Logo

Esta es la imagen que llevara nuestra marca junto con el slogan que buscamos cause impacto en nuestros futuros clientes.

Gráfico 3: Logo



FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

2.4 Slogan

“La salvación del planeta en tus manos”

Bajo este concepto buscamos que los clientes se sientan felices y satisfechos sabiendo que están contribuyendo en el cuidado del planeta, que son parte de esta gran iniciativa y que sepan que llevando una bolsa biodegradable en sus manos están salvando no solo nuestro mundo sino el de generaciones futuras.

2.5 Oportunidad de negocio:

Para nadie es un secreto que los plásticos en general ya empezaron a tener los días contados en distintos lugares del mundo y Perú no es ajena a esta realidad, los efectos negativos que estas han venido causando en nuestro medio ambiente han hecho que las diversas autoridades e instituciones que se encargan de velar por la protección de los ecosistemas empiecen a formular leyes que prohíban el uso del plástico, es ahí donde nosotros buscamos aprovechar esto y brindaremos la oportunidad de que tengan bolsas biodegradables para que dejen de usar las ya conocidas bolsas plásticas.

Los peruanos consumimos mucho plástico, no tenemos cultura de reciclar o rehusar algunas cosas, y en cuanto al gobierno se refiere existe una mala gestión con el manejo de residuos sólidos. De acuerdo a un informe emitido por el Diario La República, nos hemos podido informar

que aproximadamente 320 mil residuos de plástico fueron acumulados en 66 playas de nuestro litoral, estas mismas fueron abarcadas desde las playas de Tumbes a Tacna, por el Instituto Vida. Según el Ministerio del Ambiente (MINAM), el 46% de los residuos que se acumulan en nuestras playas son de material plástico, debido a la mala gestión este material no siempre es recolectados de manera oportuna y solo un porcentaje van a los botaderos o rellenos sanitarios para el tratado correspondiente. En la actualidad se desconoce el porcentaje de los plásticos que son desechados por la sociedad, pero los especialistas están seguros este es el principal problema.; ya que según estudios la vida útil de estas bolsas es de un promedio de 12 minutos y usualmente son de un solo uso, pero estas tardan en degradarse hasta unos cien años. Eduardo De La Torre, representante del Programa Basura Cero de la ONG Ciudad Saludable, revela que aún no se propone ninguna norma que regule el uso inconsciente de este tipo de bolsas. Durante estos años se han manifestado varias iniciativas legislativas que plantean el cobro por ellas o, que sean vetadas; para eludir su uso, nosotros iniciamos en ser la alternativa frente a este problema que se afronta. (Plastic, 2018)

2.6 Análisis del entorno:

2.6.1 Análisis del macroentorno

Del país “INDONESIA”:

Indonesia, oficialmente la República de Indonesia, es un país insular ubicado entre el Sudeste Asiático y Oceanía. La República de Indonesia comprende cerca de 17 508 islas y según estadísticas del año 2015 posee más de 255 millones de personas⁵ con lo cual es el cuarto país más poblado del mundo. Su capital es Yakarta. Además.

Tabla 1 : Información Básica de Indonesia

CAPITAL	YAKARTA
POBLACION	261 989 000
SUPERFICIE	1.910.931KM2
MONEDA	RUPIAS INDONESIAS
RELIGION	MAYORITARIAMENTE ISLAMISMO

FUENTE: Datos Macro 2018

2.6.1.1 Balanza comercial de Indonesia:

A partir de 2016 Indonesia tenía una balanza comercial positiva de \$ 29,3 Miles de millones en las exportaciones netas. En comparación con su balanza comercial en 1995, cuando todavía tenían una balanza comercial positivo de \$ 11,7 Miles de millones de las exportaciones netas.

2.6.2 Análisis del microentorno - “País Perú”:

2.6.2.1 Balanza comercial:

Como sabemos la balanza comercial es la diferencia de las exportaciones menos importaciones. Es muy importante que nos mantengamos al tanto de la balanza comercial de nuestro país, el diario 21 hizo un informe basado en estadísticas del Banco Central de Reserva en el cual nos indicaban que las Exportaciones ascendieron a US\$48,942 millones, mientras que las importaciones sumaron US\$ 41,893 millones, informó el Banco Central de Reserva, 8.2% más que el registrado en 2017, debido a las mayores importaciones de insumos (14.8%), de bienes de capital (2.9%) y de consumo (2.8%). (PERU 21, 2018)

2.6.2.2 Consumo de bolsas en Perú (nivel de consumo de bolsas de plástico)

En Perú estamos acostumbrados a utilizar las bolsas de plástico para un sinnúmero de actividades, dependiendo de la magnitud de nuestras compras influye la cantidad de bolsas que tendremos en nuestras manos, es así como desde la acción más simple como comprar pan hasta asistir a un supermercado nos vuelve consumidores de bolsas de plásticos.

"Añadiendo a eso que, en nuestras calles, carreteras podemos observar a diario bolsas tiradas, ni que decir en los ríos o en el mar que es el lugar a donde llegan a parar toda la cantidad de plásticos que consumimos, sabemos las consecuencias de esta mala práctica en el uso de plástico, estamos arriesgando las especies marinas y con el tiempo arriesgaremos el preservar la vida del ser humano. Hemos visto documentales o videos que circulan en distintas plataformas virtuales explicándonos cuantos animales están en peligro de extinción y cuantas se han extinguido por responsabilidad nuestra, sin embargo, no hacemos nada frente a esto,

Aun no se ha podido obtener un informe específico con las cifras exactas sobre el número de bolsas plásticas que se usan durante un año en nuestro país, algunos estudios estiman que se podría estar usando alrededor de 500 millones de bolsas a 3 mil millones. Existe un documento que nos informa del "Estudio sobre percepciones, aptitudes y comportamientos ambientales frente al uso superfluo de bolsas plásticas", del Ministerio del Ambiente, también señala que el 94% de comercios analizados utilizaba exclusivamente bolsas de plástico para el despacho de sus productos. (Ministerio del Ambiente- El Comercio, 2014)

Adicionalmente, sabemos que el material que más deteriora y causa un gran daño al medio ambiente son los plásticos, ya que tardan en degradarse y desaparecer del planeta muchísimos años y generan graves problemas ambientales, económicos y sociales. Por estas y otras razones, hoy en día ya varios países han empezado a prohibir el uso de las bolsas plásticas y, en otros, han colocado un impuesto por el uso de productos hechos de plástico.

"El 30% de los productos fabricados de plástico son utilizados solo una vez. Los últimos reportes indican que en Lima y Callao se consumen alrededor de 3 mil millones de bolsas plásticas al año. Asimismo, el 94% de los comercios del país utiliza exclusivamente bolsas de plástico como empaque para el despacho de sus productos", explicó Eduardo Calderón de la Barca, vocero de la campaña Juntos por el Medio Ambiente, iniciativa que busca sensibilizar sobre la importancia de preservar el entorno en el que vivimos mediante buenas prácticas. (AMBIENTAL, 2018)

2.7 Elección de nuestro mercado objetivo:

Sin duda alguna el determinar nuestro mercado objetivo es muy importante porque dependiendo del ingreso que ellos tengan, influirá el volumen de pedidos que vayamos a recibir y esto determinará nuestro posicionamiento en el mercado, para esto aplicamos el método de ranking de factores que consiste en comparar nuestros posibles mercados objetivos mencionando que factores son los que más influirán en nuestro negocio y darles un peso para así determinar cuál sería más conveniente.

2.8 Método de Ranking de Factores:

En este caso empleamos el método de Ranking de Factores para poder determinar entre nuestros 3 clientes potenciales, con quien empezaremos a trabajar. De esta manera es que comparamos entre Delossy, NGR Restaurantes y Pardos Chicken. Estas 3 empresas se encuentran entre las más aceptadas y más grandes en todo el Perú y lo principal que usan el producto que nosotros pensamos brindar a nuestros clientes.

Tabla 2 : Método de Ranking de Factores

Factores	Peso Relativo	Delassy		Ngr restaurantes		Pardos Chicken	
		Calificac	ión	Calificac	ión	Calificac	ión
		Pondera	da	Pondera	da	Pondera	da
Localización	0.2	5	1	9	1.8	7	1.4
Disponibilidad de Internet	0.05	6	0.3	6	0.3	6	0.3
Volumen de Clientes	0.25	7	1.75	9	2.25	8	2
Impacto Social	0.2	6	1.2	7	1.4	5	1
Posibilidad de Expansión	0.3	8	2.4	9	2.7	6	1.8
Total	1		6.65				6.5

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

2.8.1 Localización:

Sin duda alguna un factor que juega un rol importante es la localización de las tiendas porque esto va a facilitar la distribución de nuestra bolsa ecológica. Ya que hemos corroborado que quien tienda ubicado+ sus tiendas en puntos con mayor seguridad y tiene un segmento de cliente específicos es NGR restaurantes.

2.8.2 Disponibilidad de internet:

En este caso consideramos que este punto es el menos importante por ello el peso de 0.05 y le damos ese peso no porque el internet no sea importante, sino que hoy en día estos tipos de comercio prácticamente están obligados por su entorno a tener este acceso.

2.8.3 Volumen de clientes:

Para nosotros este es el punto principal del ranking que hemos elaborado ya que hemos analizado el volumen de clientes que tiene cada una de estas tres empresas, y el mayor volumen de clientes lo tiene NGR por ende los pedidos en cuanto a bolsas serán mayores.

2.8.4 Impacto social:

El hecho de que escojamos a la empresa que mayor volumen de ventas va de la mano con el impacto social que tendremos porque seremos la primera empresa que buscará dejar de lado el uso del plástico y el hecho de que ellos tengan la mayor cantidad de clientes hará que lleguemos a más clientes.

2.8.5 Posibilidad de Expansión:

Gracias a trabajar como socios con NGR, llegaremos a darnos a conocer con muchos más clientes y el hecho de empezar a trabajar con un grande nos ayudara a ir organizándonos mejor en distintos aspectos como en la logística.

2.9 NGR Restaurantes:

“El Coloso gastronómico del grupo Intercorp”

En estos últimos años Intercorp ha ido invirtiendo mucho en las cadenas de comida rápida con las que cuenta ahora, ha buscado tener el 100 % de acciones de algunas de las cadenas que le faltaba, al lograrlo ha empezado con su objetivo principal que es crear el grupo más consolidado, fuerte y diversificado de nuestro país

Tal como nos lo menciona el código.pe: “Es así que sucedió la quinta adquisición en el rubro gastronómico de NG Restaurants, con la compra del 100% de las acciones del grupo Nutra S. A. De esta manera, Dunkin’ Donuts, restaurante que cuenta con 27 locales en el país, le permitirá a este holding una renovada plataforma para competir directamente con Delossy. (CODIGO, 2012)

Posterior a esta compra, le llegó el turno a Papa John’s, donde fue adquirido el 100% de las acciones de la Corporación Peruana de Restaurantes S. A. (CORPERES), franquiciado a cargo de la pizzería norteamericana, la misma que cuenta con un total de 17 locales y más de 570 colaboradores.

Estos nuevos miembros del grupo Intercorp no solo sitúan a su holding gastronómico como una de las más fuertes competencias a nivel nacional, sino que le otorga una gran presencia en el país con un total de 109 locales. (CODIGO, 2012)

Nosotros sabemos el objetivo que tiene NGR y también el crecimiento y posicionamiento que ha ido adquiriendo estos últimos años de manera rápida, por eso el planteamiento de nuestra idea para que sean la primera cadena que contribuye al cuidado del medio ambiente, le parece una propuesta muy interesante es así que varios de los representantes de las tiendas nos mencionaron que estarían dispuestos a pagar un 10% adicional de lo que invierten ahora en las bolsas plásticas para que de esta manera tengan nuestro producto.

Gráfico 4: Competencia



FUENTE: Imágenes Wikipedia.

Esta es la foto con el representante de la tienda de PAPA JOHN'S de Jesús María, quien nos comentaba que su tienda es la principal de toda las que existen en el Perú, ya que es la que genera mayores ventas a la empresa y que le parecía interesante nuestra propuesta y así contribuir al cuidado ecológico. De esta manera se le hizo las preguntas del cuestionario para validar el interés por nuestro producto.

Figura 2: Tienda Papa John's Jesús María.



FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

2.10 Competidores actuales:

2.10.1 Nivel de competitividad.

Hoy en día el nivel de rivalidad entre empresas que se dedican al rubro de la distribución de bolsas plásticas es demasiado fuerte. Nos hemos basado en un informe realizado por APIPLAST (Asociación Peruana de la Industria Plástica) sobre la situación de la Industria Plástica que hay hoy en día en nuestro país, la transformación de bolsas plásticas es de la primordiales líneas de productos plásticos en el Perú (2012); Como se hace mención, el objetivo es a promover una cultura de cuidado del medio ambiente, por lo que se determina que las empresas que elijan formar parte a la idea eco amigable en estos días, serán las que posean un alta predicción de incremento en los años próximos; sabemos que el sector de bolsas de plástico biodegradable ahora se trata de una oportunidad de negocio, dentro de unos años esto será fomentado como un estilo de vida, debido a las políticas que influirán en la sociedad a tomas consciencia, se toma como ejemplo otros países como Chile, Indonesia, etc. lo que presionara a los competidores a adaptarse o a dar un paso al costado dentro del mercado.

2.11 Negociación con los clientes.

Existen diversos clientes que compran en grandes volúmenes y sobre todo que generan tendencias sobre los consumidores finales, generalmente son las tiendas por departamento o los diversos supermercados que existen hoy en día. Es por ello, que son también los que exigen más a algún proveedor, pidiéndoles calidad y valor agregado; Por otro lado, tenemos a los distribuidores mayoristas que otorgan su producto a comerciantes un poco más pequeños, son generalmente aquellos que se encuentran en mercados,

2.12 Fuerza negociadora de los proveedores:

Hay varios proveedores de bolsas biodegradables, pero en este caso que cuente con atributos importantes como Avani, creemos que no. Por ende, el tener contrato de exclusividad nos da la tranquilidad y certeza que trabajaremos de manera adecuada sin Amenaza de productos sustitutos. Actualmente, como forma de incentivar la protección y cuidado del medio ambiente, se viene promocionando en distintos medios el uso de bolsas de papel y de bolsas de tela en reemplazo de las bolsas de plástico; en el primer caso para artículos de panadería y artículos de

pan llevar y en el segundo caso para realizar compras de mayor volumen, como las que se hacen en los mercados o supermercados; sin embargo y pese a la difusión de su uso, el público peruano todavía no se adecua a esa idea ya que no ofrece la resistencia e impermeabilidad de las bolsas de plástico, y además todavía se conserva la costumbre de comprar productos a granel en puestos de venta de abarrotes como menestras y arroz.

3. PLAN DE MARKETING Y VENTAS

Lo que buscamos es ser la empresa con mayor reconocimiento en el Perú por la contribución al cuidado del medio ambiente brindando bolsas biodegradables con un valor agregado. Nosotros nos daremos a conocer mediante páginas web y Facebook.

Gráfico 5: Uso de redes sociales.



FUENTE: Imágenes Google.

Nuestra página web, brindará información sobre el tipo de trabajo que realizamos y también sabrán de los certificados de calidad con los que contamos, garantizando así la calidad de nuestro producto. Adicionalmente, habilitaremos la opción de compras por internet., aceptaremos visa y MasterCard, y tendremos una cuenta corriente en el banco para que nuestros clientes nos puedan depositar sin ningún costo adicional.

También pensamos en el tiempo de nuestros clientes y para los que no puedan acercarse a la misma empresa a recoger sus pedidos, tendremos la opción de delivery, contamos con un repartidor que dejará en la puerta de su domicilio el producto que hayan solicitado y en función al volumen de pedido se les cobrará por este servicio o se les podrá omitir el cobro.

3.1 Marketing Mix

3.1.1 Precio:

Nuestro precio de introducción al mercado será de 0.25 céntimos de soles por bolsa, consideramos que es un precio tentativo para nuestro cliente, ya que le brindamos el valor agregado de que vendrá con el logo de cada marca, según el requerimiento que ellos tengan.

3.1.2 Mercado del consumidor:

El libro Inteligencia ecológica de Daniel Goleman hace alusión a una investigación de mercado realizada por Procter & Gamble en la que revela que un 10% de los consumidores en el mundo estaría dispuesto a pagar más por un producto superior desde el punto de vista del medio ambiente y que un 75% compraría productos que favorecen la sostenibilidad. (GOLEMAN, 2009)

Partiendo desde este punto de investigación, nos sentimos muy seguros de la gran acogida que tendrá nuestro producto, sabemos cuánto es su capacidad de pago por nuestro producto al saber que buscamos contribuir en el cuidado del medio ambiente, nos motiva a seguir desarrollando este proyecto y esmerándonos para traerlo a nuestro país, de esta manera buscaremos tener un precio adecuado para que este accesible no solo a NGR RESTAURANTES sino que a través del tiempo nos sigamos expandiendo hacia otros mercados.

3.1.3 Plaza:

Nosotros empezaremos teniendo un contrato con NGR Restaurantes para empezar a impulsar en el país el uso de las bolsas biodegradables, para más adelante poder expandirnos hacia otros mercados.

¿Por qué escogimos esta empresa?

Consideramos que los lugares más frecuentados por los peruanos son las cadenas de comida y NGR Restaurantes abarca gran grupo de estas con sus 5 tiendas:

Papa John's, Bombos, Dunkin Donuts, Don Belisario, Popeyes y China Work.

Sin duda alguna abarca muchos rubros en cadenas de comida rápida y estamos seguros de que son la mayor, opción para dar a conocer nuestro producto “Eco Bolsas”

3.1.4 Promoción:

Sin duda alguna nos daremos a conocer a través de nuestra página web para que véanla formalidad de la empresa, sin dejar de lado el uso de redes sociales, el Facebook es el medio más utilizado por diversos usuarios y así podremos dar a conocernos.

3.2 Marketing verde

Durante el pasar de los años hemos comenzado a tomar consciencia de nuestros actos con respecto al cuidado del medio ambiente y ahora es exigido por las empresas, contemplar la protección del medio ambiente en el diseño de sus estrategias. Es a través de esto que se empieza a desarrollarse el concepto del marketing verde. El marketing verde propone diferente tipo de preguntas sobre su empleo por parte de las empresas, acerca de los rasgos y sapiencia del usuario, y con respecto a la colaboración de las instituciones educativas en humanizar y capacitar a las nuevas generaciones. Así como hemos ido mencionando en esta investigación, nuestro gobierno ya empezó prohibiendo el uso de sorbetes en nuestro país, es cuestión de tiempo el que desaparezcan las bolsas de plástico, el marketing verde busca saber y combinar el precio que se paga por el producto teniendo en cuenta su valor ecológico y así conocer los nuevos comportamientos de compra de nuestros futuros consumidores.

3.3 Táctica de ventas

Nuestra táctica no solo consistirá en hablar sino también en demostrar el valor de nuestro producto desde el principio, por lo cual la persona encargada de realizar las ventas se encargará de explicar al consumidor los principales beneficios del producto y hacer que este los tome en cuenta y vea a la mercancía ofrecida como la solución a lo que está sucediendo en nuestra sociedad.

Implementaremos videos online ya que estos tienen la tendencia a aumentar el valor de los productos, ya que es una forma adicional de cautivar a nuestros clientes.

3.4 Publicidad y promoción:

Utilizar estrategias de promoción es uno de los recursos de marketing más importantes. Con ellas daremos a conocer nuestro producto, crear la necesidad en el consumidor y que estén enterados de ellos en el mercado, incluso conseguir un buen posicionamiento, para eso nos enfocaremos en el cuidado del medio ambiente

Para hacer conocido nuestro producto lanzaremos nuestra publicidad por las redes sociales, buscando concientizar acerca del uso del plástico. En Facebook buscaremos a aquellas empresas o personas que se sientan identificadas con el deber de cambiar el uso habitual de aquellas bolsas. Además, lanzaremos constantemente campañas en contra de la contaminación ambiental, brindando información, compartiendo y creando videos de cuál es la consecuencia de seguir usándolas.

Con nuestro cliente crearemos una diferenciación con las otras cadenas de comida, creando un slogan de no a la contaminación y el uso responsable de sus recursos, con esto daremos a entender que estamos contribuyendo con la sociedad.

4. GERENCIA Y ORGANIZACIÓN

4.1 Nombre del negocio:

A&Z Asociados SAC

Somos una empresa que busca captar clientes en el mercado con una idea novedosa que sin duda alguna beneficiara a todo nuestro país. A& Z Asociados SAC está conformada por 2 jóvenes emprendedores que buscan cambiar el concepto del constante uso de bolsas plásticas y brindarles una idea totalmente nueva.

4.2 Propietarios:

Mendoza Romero María Zully, bachiller de Administración y Negocios Internacionales de la UTP, tiene 22 años, labora actualmente en el Banco de Crédito del Perú como asesora de servicios bancarios. adicionalmente tiene dominio de inglés avanzado.

La Torre Cárcamo Javier Aldair, bachiller de administración y Negocios Internacionales de la UTP, tiene 24 años, labora actualmente en D&D Contratistas Generales E.I.R.L como asistente financiero, adicionalmente tiene estudio en inglés, francés y portugués. Diplomas en logística, costos y presupuestos y finanzas empresariales.

4.3 Bancos:

Hemos venido evaluando y comparando tasas y tarifas que brindan las diversas entidades bancarias y hemos llegado al acuerdo de trabajar con el Banco de Crédito del Perú, nos da seguridad el hecho de saber que es el banco número 1 en el mercado peruano

¿Con que producto empezaremos en el banco?

Una de nuestras metas a corto plazo es la apertura de nuestra cuenta corriente, para poder canalizar los medios de pagos de nuestros clientes y así tener mayor manejo de liquidez. Posteriormente buscaremos sacar préstamos personales para poder contar con la totalidad del capital para realizar el proyecto.

¿Qué requisitos nos han solicitado?

Par poder tener nuestra cuenta corriente el banco nos pide que la empresa ya esté constituida, es decir, que todos los trámites estén en regla notarialmente y que nuestro Ruc se encuentre activo.

- ✓ Testimonio legalizado
- ✓ Ficha Ruc
- ✓ Copia literal no mayor a 30 días

Con esos requisitos nos ayudaran con la apertura de la cuenta, cuando ya hayamos realizado este proceso incurrirémos en gastos como mantenimiento de cuenta y envío físico del estado de la misma.

Tabla 3 : Tasa de Interés Promedio del Sistema Bancario

TASA ANUAL %	CREDITO
CONSUMO	15.38%
PRESTAMOS DISPONIBLES EN 360 DIAS	

FUENTE: Superintendencia de Banca y Seguro, elaborado por equipo de trabajo

4.4 Tipo de sociedad:

Para poder tomar la decisión sobre el tipo de sociedad por el que nos íbamos a regir tuvimos que investigar los pros y contras de cada uno, fue así que nosotros decidimos ser una Sociedad Anónima Cerrada (SAC).

Según Carmen Chasselup analista legal de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) es la opción más recomendable cuando se trata de una empresa familiar o pequeña.

Es muy necesario e importante mencionar que nosotros estaremos regidos por la ley general de Sociedades (Ley 26887).

En este caso somos 2 accionistas que tenemos el mismo número de acciones, cada uno está aportando un importe de S/52,456.88 nuevos soles. Donde nuestro capital social es S/ 124,913.75.

Beneficios:



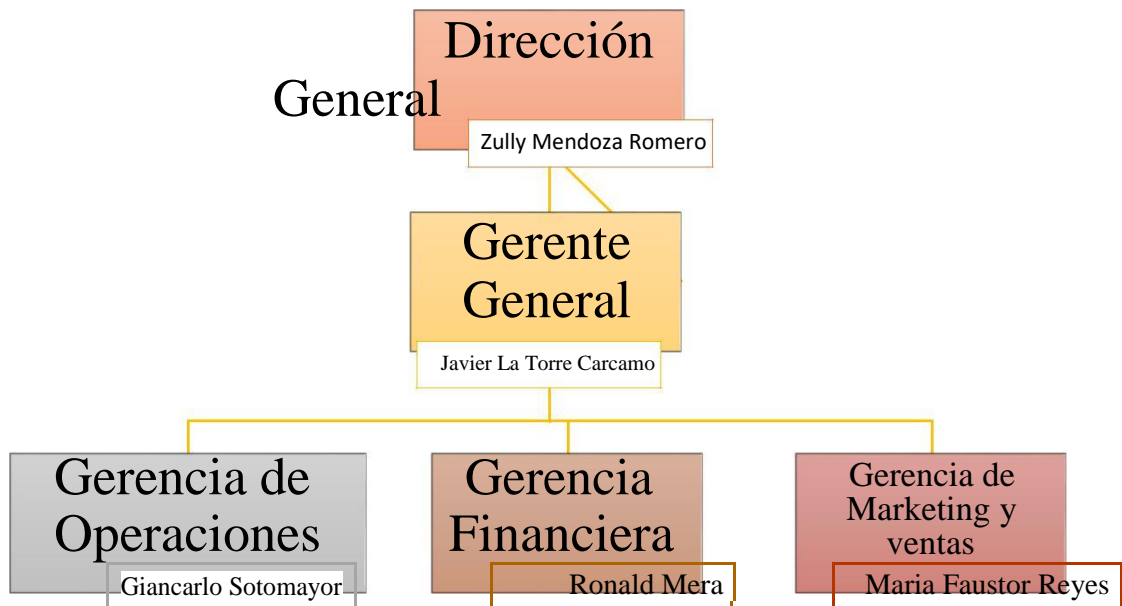
Los accionistas no tienen responsabilidad personal por las deudas.



Administración profesional: Los accionistas pueden escoger una junta directiva que se encargue de administrar la empresa.

4.5 Sistema de organización administrativa

Gráfico 6: Organigrama de A & Z ASOCIADOS SAC



FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

4.5.1 Dirección General:

Básicamente la dirección general es quien asume el mando de la empresa. La persona a cargo tiene que saber tomar decisiones para guiar a la empresa hacia el logro de sus objetivos.

4.5.2 Gerente General:

Para poder describir que se encargara la gerencia general nos vamos a basar en el modelo administrativo de Henry Fayol, que nos menciona 3 aspectos importantes:

- ✓
“División del trabajo”
- ✓
Aplicación de un proceso administrativo:
- ✓
Formulación de los criterios técnicos que deben orientar la función administrativa.

Básicamente todo esto se resumen en lo que engloba un proceso administrativo:

“Planear, Organizar, Dirigir, Coordinar y Controlar”

4.5.3 Gerencia de Operaciones:

Nuestra gerencia de operaciones será la encargada de hacer seguimiento a todo nuestro proceso de importación y tendrá que hacer todas las coordinaciones correspondientes con nuestra Agencia de Aduanas “Antares Aduanas” para que los pedidos lleguen a tiempo a almacén y puedan ser distribuidos.

4.5.4 Gerencia financiera:

Se encargará de la planificación de gastos y pagos que tenga que realizar la empresa, a su vez vera el pago a nuestros trabajadores y cobro NGR conforme se va entregando los pedidos correspondientes.

4.5.5 Gerencia de marketing y ventas:

Se encargarán de la publicidad de la empresa, de nuestras campañas publicitarias, del manejo de nuestra página web y de la firma con NGR Restaurantes para el acuerdo de las diversas campañas a trabajar.

✓ 4.5.6 Descripción de los cargos

Dirección General: Toma de decisiones finales.

✓ Gerente General:

- Organizar y firmar los contratos para la exportación
- Coordinar horarios y actividades de los trabajadores
- Asistir a las diversas ferias para dar a conocer nuestro producto.

✓

Gerencia de Operaciones:

- Coordinar los pedidos con NGR
- Manejar el stock de almacén
- Presentar a la Agencia de Aduana la documentación correspondiente para el trámite de importación

✓

Gerencia financiera:

- Planificación de gastos y pagos que tenga que realizar la empresa,
- Pago de planillas
- Organizar cobro de letras

✓

Gerencia de marketing y ventas:

- Buscar alianzas estratégicas
- Organizar las campañas publicitarias
- Elaborar campañas de concientización

4.6 Responsabilidad social empresarial:

Este es el punto primordial para nuestra empresa, y es el pilar sobre el cual está construida nuestra idea de negocio. La responsabilidad social abarca muchos aspectos, por ello nos guiaremos de la Pirámide RSE creada por la empresa Centrarse de Guatemala, según el gráfico

#4 nos muestra cuatro aspectos importantes que tomaremos en cuenta y será la guía de nuestra empresa: el diseño de políticas de estado, proyección de comunidad, proyección de familia, desarrollo de la persona y cumplimiento régimen legal.

Gráfico 7: Pirámide de Responsabilidad Social



FUENTE: Centrarse

4.6.1 Cumplimiento Régimen Legal:

Una empresa que no declara lo que verdaderamente vende y no paga los impuestos correspondientes es una empresa que no tiene responsabilidad social; por ello nosotros seremos transparentes en cuanto a declarar esta información. Así seremos una empresa legítima y sostenible en el tiempo.

4.6.2 Desarrollo de la persona:

Como ya lo han mencionado muchas personas lo más importante es tener satisfecho a nuestro personal, los colaboradores son necesarios para el éxito de cualquier empresa, a la medida que nosotros tengamos trabajadores más capacitados, más motivados y con

buenas condiciones de trabajo, la competitividad de nuestra empresa será mayor y así maximizaremos la productividad de la empresa. Estamos seguros que con colaboradores satisfechos se obtiene mejores logros.

4.6.3 Proyección familia:

En este caso nos proyectamos a la familia de los colaboradores, ya que ellos son el primer cliente externo en saber de nosotros. Buscaremos beneficios para nuestros clientes, como descuentos en seguros.

4.6.4 Proyección comunidad:

Buscaremos alianzas estratégicas con organizaciones públicas que velen por el cuidado del medio ambiente. Nuestro proyecto tiene como principal objetivo lograr que todas las empresas dejen del lado del uso de bolsas plásticas, ya que estas contaminan nuestro medio ambiente y afecta la vida marina en el ecosistema. Nuestro compromiso es no solo con las personas que habitan ahora el planeta sino con las futuras generaciones porque queremos que cuiden y valoren nuestro medio ambiente y sepan que el aporte que hacemos cada uno de nosotros puede hacer que logremos grandes cosas.

4.6.5 Diseño ejecución políticas de estado:

Consiste en que el empresario va de la mano con la participación activa con la agencia social del país. Hoy en día, nuestro gobierno es el principal aliado en función a lo que nosotros queremos lograr, ya se dio luz verde a la ley 2696 que tiene como principal objetivo la disminución del uso de bolsas de plástico, sin duda alguna nosotros tenemos la solución frente a esto y queremos dar a conocer nuestro proyecto a nuestro querido país.

4.7 Gastos

4.7.1 Gastos generales de administración

✓

Compra de utilices de escritorio

✓

2 laptops

✓

Pago de servicio básicos

✓

Escritorios

✓

Teléfonos

4.7.2 Gastos generales de ventas



Ventas



Campañas Publicitarias



Páginas Web



Marketing digital

4.8 Políticas del Negocio:

4.8.1 Política de precios:

Definitivamente el ingresar al mercado con un precio bueno es lo que hará que nuestro cliente se sienta más atraído hacia nuestro producto. Nosotros como empresa tenemos que saber fijar un buen precio a nuestro producto, más allá de que permitirá que recupere mi inversión, tiene que ser atractivo ante los ojos de mi público objetivo.

4.8.2 Política de descuentos



Cuando nos clientes nos paguen por adelantado les daremos un descuento del 4%.



Por cada 100 cajas de compra regalaremos 2 paquetes de eco-bolsas.

4.8.3 Política de personal:

El régimen laboral en el que se encontraran nuestros trabajadores es en el régimen general, para esto es muy importante mencionar que nosotros queremos brindarles el máximo de beneficios posibles a nuestros trabajadores, con la finalidad de que ellos se sientan satisfechos. Algunos de los beneficios serán:



✓ Gozaran de la Compensación por Tiempo de Servicio (CTS), que es equivalente a un sueldo al año.



Tendrán Gratificaciones en julio y diciembre



Vacaciones de 30 días al año.

Sin duda alguna lo más importante para nosotros son nuestros trabajadores por eso buscaremos que se sientan seguros desde que ingresen a la empresa y los ayudaremos en todo su proceso formativo. Para todo esto usaremos estrategias de socialización.



Inducción: El propósito de este proceso es esencialmente integrar a los empleados en su puesto de trabajo, dándoles la información básica que necesitan sobre el mismo y la organización.



Orientación: El propósito es el minimizar los problemas que puedan suscitarse al momento de asumir su nuevo puesto de trabajo y en su futuro desempeño dentro de la organización.



Mantenición: Dar a conocer a sus integrantes los logros obtenidos y al mismo tiempo hacerlos partícipe de ellos, mostrándoles así lo importante que son para la organización y la manera en la cual ellos contribuyen en la obtención de aquellos logros.



Premiación al colaborador del mes



Bonos trimestrales si se logra el objetivo

4.9 Métodos de pago:

Nosotros trabajaremos con distintos medios de pago para de esta manera facilitar las transacciones con nuestros clientes.

Tenemos nuestra cuenta corriente para recibir depósitos, manejaremos en nuestra web y en nuestra oficina el POS para recibir pagos con tarjetas tanto American Express como VISA.

Los periodos de cobranza que manejaremos serian adelanto de 50% y fecha de pago a contra entrega del producto.

4.10 Servicios de garantía:

En caso alguna de nuestras bolsas presente alguna falla o está rota, en el siguiente pedido enviaremos 1 paquete de bolsas gratis para garantizar el compromiso que tenemos con nuestros clientes.

4.11 Servicios adicionales:

Nosotros brindaremos 2 servicios adicionales:

El primero es incluir el logo de la empresa con la que trabajaremos en nuestras bolsas sin ningún costo adicional y en cuanto a la distribución de nuestra mercadería tampoco cobraremos adicionales siempre y cuando tengan un pedido mínimo de 35 paquetes de bolsas.

4.12 Seguros

4.12.1 Seguros del personal:

Nosotros trabajaremos con Mapfre para brindar a nuestro personal EPS, de esa manera ellos puedan tener atención en las clínicas. Lo bueno de trabajar con Mapfre es que pide 3 trabajadores como mínimo para brindar este servicio, requisito que nos facilita el poder optar por esta opción.

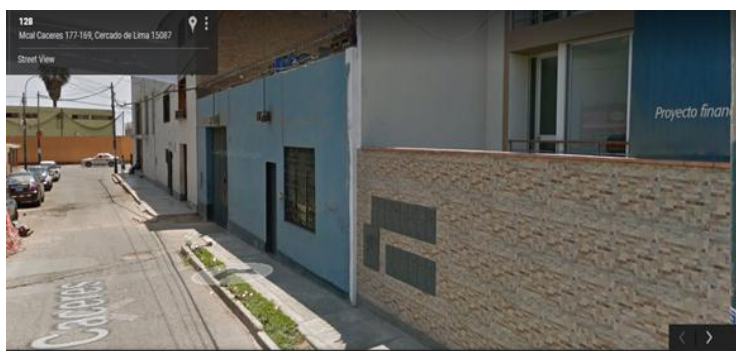
4.12.2 Seguro de mercancía:

Como nuestra modalidad de importación es CIF, el exportador asumirá la responsabilidad de la mercancía.

4.13 Localización Del Negocio

Nuestro almacén estará ubicado en el distrito de San Miguel, Jr. Mariscal Cáceres 169 – urbanización Miramar, el área es de 120m² que formará parte de la inversión en el negocio, en este mismo lugar estará ubicada nuestra oficina principal.

Figura 3: Localización



FUENTE: Google maps.

4.14 Definición Técnica Del Producto

Gráfico 8: Técnica del producto



FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

4.15 Requerimientos

4.15.1 Requerimientos de Instrumentos de Trabajo:

Lo que se requerirá para nuestro almacén y oficina serán:

8 estantes metálicos: Estos estantes los compraremos a la empresa Metalux, El tipo de estante que estamos escogiendo es el más simple por el tipo de mercancía que tenemos. Entre las características que nos ha mencionado la empresa son:



Son de gran versatilidad y alta resistencia.



Facilidad y rapidez de montaje.



Gran capacidad de carga y perfecta estabilidad.



Adaptabilidad a todos los espacios disponibles.



Sus medidas son 1.90m de altura y 2m de largo



Tiene 5 divisiones.

Laptops: Las que necesitaremos son básicas porque el uso que le daremos será para llevar nuestro control de stock y a su vez llevar el orden de pagos y cobranzas que se tengan que realizar, para esto compraremos en la marca Lenovo. Sus características son:



Procesador: Intel Core I5-8250U



Tamaño de la pantalla: 14"



Memoria RAM: 8GB



Velocidad del procesador: 1.6Ghz



Resolución de la pantalla: 1366x768



Duración aproximada de la batería: Hasta 5 Horas



Entradas USB: 3



Cámara Web: Si



Conexión: Bluetooth y Wifi



Medidas: Alto: 2.27cm Ancho: 33.83cm Profundidad: 24.99cm



Peso: 2.1Kg

Útiles de oficina: Dentro de útiles de oficina necesitaremos papel bond, lapiceros, lápices, borradores, resaltador, corrector, tampón.

Muebles: En lo que respecta a mueble, necesitaremos muebles de oficina, 2 mesas para poder ubicar las laptops y que ahí también realicen su trabajo nuestro vendedor y también nuestro gerente. A su vez compraremos 4 sillas para que podamos sentarnos tanto nosotros como nuestros visitantes.

4.15.2 Requerimiento de Personal

4.15.2.1 Requerimiento de personal administrativo:



Gerente General



Gerente Financiero



Gerente de Marketing



Gerente de Operaciones

4.15.2.2 Requerimiento de personal operativo:



2 estibadores: serán las personas encargadas de transportar nuestra mercancía y colocarlas en el almacén.



1 transportista: quien recogerá la mercancía del almacén a las diversas tiendas de toda la cadena.



1 vendedor: para que se encargue de llevar y contactar los pedidos con nuestros clientes.

4.15.3 Requerimientos de Área

En nuestro caso el área que necesitamos es el de nuestro almacén en el cual estará nuestra oficina principal usando un área de 120m².



Área de almacén (12MX10M)

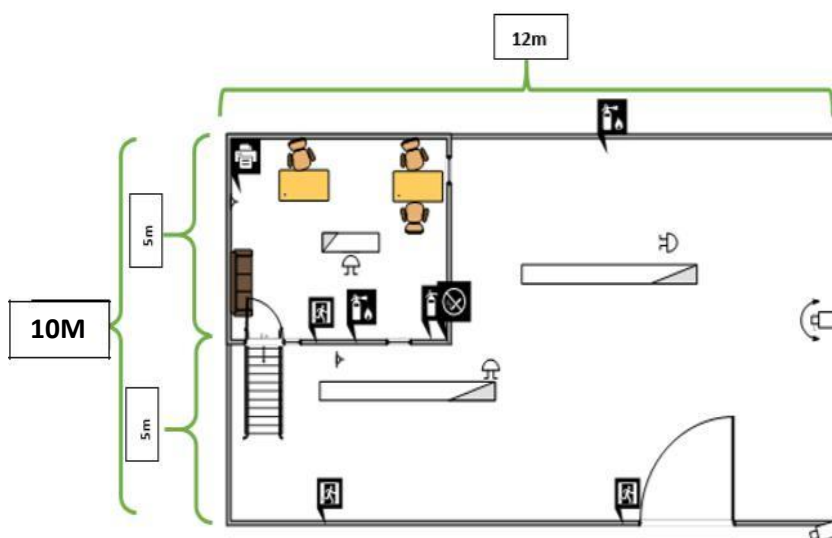


Área de Oficina (5MX5)

4.16 Diseño de Instalaciones del Negocio

Nuestra instalación tendrá un área de 120m², donde nuestra oficina se encontrará en un segundo nivel para aprovechar al máximo el espacio. Tal

Gráfico 9: Diseño de Almacén y Oficina



FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

4.17 Socios Comerciales:

Como lo hemos venido comentando a lo largo de este trabajo para nosotros es muy importante escoger muy bien a nuestros socios comerciales, es por eso que hemos evaluado que estos tengan certificaciones y experiencia en el rubro en el que se desenvuelven. Nuestros socios son:

- ✓ Avani. - Que es la empresa de Indonesia que nos proveerá de nuestras bolsas ecológicas.
- ✓ NGR Restaurantes. - Que será nuestro mercado objetivo y el aliado comercial con quien iniciaremos este negocio.

4.18 Buenas Prácticas Laborales

Dentro de nuestra empresa es necesario que exista el respeto y el compañerismo para que de esta manera puedan trabajar todos en un ambiente laboral con un clima adecuado. Lo principal es que nuestros colaboradores estén al tanto de los valores que representan a nuestra empresa para que los practiquen (responsabilidad, honestidad y respeto).

¿Cuáles serán las prácticas laborales de nuestra empresa?

En lo que respecta de la empresa para sus trabajadores:



Pago justo y puntual a nuestros trabajadores .De esta manera la remuneración estará acorde al trabajo que realizan con nosotros.



Beneficios por ser trabajadores de la empresa.



En lo que respecta de los trabajadores para con la empresa:



Llegar puntuales a la empresa y respetar a los trabajadores.



Presentar sus informes y labores asignadas a tiempo.

5. PLAN DE IMPORTACIÓN

5.1 Proceso de Importación del Producto

Para la importación de nuestras bolsas biodegradables utilizaremos el incoterm CIF, así mitigaremos el riesgo de transporte en el cual nuestro proveedor “AVANI” tendrá la responsabilidad de pagar el flete y seguro, además de poner las condiciones necesarias para que nuestro producto llegue en óptimas condiciones, y así cuando esté llegue al Callao nosotros iniciaremos con el proceso y gastos involucrados en ellos para nacionalizar la mercancía y poder distribuirlas a NGR RESTURANTES.

¿ Como sera nuestro proceso de importacion?

1ero: Contactaremos a nuestro proveedor que nos envíe una muestra de su producto que en sus catalogo es llamado BIO CASSAVA BAG para lo cual lo someteremos a pruebas y opiniones de expertos que certifiquen este producto en el Perú.

2do: Iniciaremos la negociación con nuestro proveedor fijando el precio y la cantidad a importar además de pactar el termino internacional que sea favorable para ambas, en este caso será CIF, para evitar el riesgo de tránsito internacional y reducir los costos y gastos aduaneros.

3er: Ambos contactaremos a nuestros bancos para iniciar una carta de crédito que esa será nuestro medio de pago que a través de una entidad financiera podremos reducir el riesgo de cualquier incumplimiento con la especificaciones dadas previa negociación.

4to: Nos pondremos en contacto con nuestra agencia de aduana para realizar la nacionalización de la carga y este sea recogida por nuestro transportista.

5.2 Análisis de costos y gastos de importación

Nosotros vamos a realizar 6 importaciones durante el año, para esto ha sido muy necesario que nosotros evaluemos distintos factores que influyen los costos de importación, es necesario tener en cuenta el precio del producto en origen, los costos de transporte y seguro, aranceles e impuestos a los cuales nuestra mercancía se ve afecta.

Los costos en los que incurrimos serán de S/ 116140.91 soles por cada importación, nosotros importaremos 872 cajas, teniendo en cuenta que cada caja contiene 20 paquetes de bolsas de

50 unidades cada paquete, es decir en cada importación traeremos 872000 unidades de eco bolsas, esto se ve reflejados en el siguiente cuadro:

PRIMERA IMPORTACION:

Tabla 4 : Análisis de Costos de Importación

VALOR EN ADUANAS BASE IMPONIBLE

DESCRIPCION	COSTO EN DOLARES	IMPUESTOS	COSTO EN SOLES
FOB UNITARIO	\$ 30.00		S/ 99.00
CANTIDAD	872		872
FOB TOTAL	\$ 26,160.00		S/ 86,328.00
<u>DETERMINACION DEL FLETE</u>			
FLETE	\$ 50.00		S/ 165.00
CFR	\$ 26,210.00		S/ 86,493.00
<u>DETERMINACION DEL SEGURO</u>			
TASA DEL SEGURO	1.25%		
SEGURO	\$ 327.00		S/ 1,079.10
CIF	\$ 26,537.00		S/ 87,572.10

2. DERECHOS E IMPUESTOS

TASA AD VALOREN	6%		
AD VALOREN	\$ 1,592.00	S/ 5,524.33	S/ 5,524.33
IPM	\$ 563.00	S/ 1,856.53	S/ 1,856.53
IGV	\$ 4,501.00	S/ 14,852.23	S/ 14,852.23
DEUDA ADUANERA	\$ 50.00	S/ 21,963.08	S/ 109,535.18
PERCEPCION 3.5%	\$ 1,162.00	S/ 3,833.73	S/ 3,833.73

3. COSTOS Y GASTOS DE IMPORTACION

B/L	\$ 40.00	S/ 23.76	S/ 132.00
ALMACENAJE	\$ 50.00	S/ 29.70	S/ 165.00
MOVILIZACION POR	\$ 80.00	S/ 47.52	S/ 264.00
RECONOCIMIENTO FISICO			
SERVICIO DE CUADRILLA DEL AFORO	\$ 30.00	S/ 17.82	S/ 99.00
GASTOS OPERATIVOS	\$ 50.00	S/ 29.70	S/ 165.00
HANDLING	\$ 60.00	S/ 35.64	S/ 198.00
SERVICIO DE DESCARGA	\$ 150.00	S/ 89.10	S/ 495.00
MOVILIZACION DE LA CARGA	\$ 120.00	S/ 71.28	S/ 396.00
TRANSPORTE INTERNO	\$ 100.00	S/ 59.40	S/ 330.00
DEVOLUCION DEL CONTENEDOR	\$ 160.00	S/ 95.04	S/ 528.00
TOTAL GASTOS DE IMPORTACION	\$ 840.00	S/ 498.96	S/ 2,772.00
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE IMPORTACION	\$ 35,194.22		S/ 116,140.31

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

5.3 Selección del precio de venta

Nuestro precio de venta será de 0.25 céntimos que incluye un margen de utilidad del 60%, nuestras ventas anuales de bolsas serán de 5 232 000.00 unidades y analizando nuestros gastos de operación y nuestros costos de importación determinamos nuestro precio de venta. Teniendo en cuenta el gasto que realizas actualmente NGR en sus bolsas y comparamos con la calidad del producto que brindamos y con el valor agregado de entregarle las bolsas con los logos respectivos de la cadena de restaurantes.

Tabla 5: Determinación del Precio de Venta

Determinación del precio de Venta			
Costo unitario de importación Bolsa Biodegradable			0.13
Gastos de la operación			
Gastos de ventas			42,000.00
Gastos administrativos			42,000.00
Gastos Operativos			42,000.00
Gastos financieros			4,658.92
Total Gastos			130,658.92
Ventas anual según consumos	cantidad de bolsa	5,232,000.00	
	cantidad de cajas	5,232.00	
Gasto por unidad de mercadería			0.02
Costo total del Producto	S/	0.16	S/ 158
Valor de Venta ofrecida al mercado		0.25	253
Margen de Utilidad		60.0%	
Se determina el Pto de equilibrio según el precio de Venta estimado para no ganar ni perder		costos fijos totales (margen unitario)	
Punto de Equilibrio Modelo JR		1,090,002	
		S/.145,176.44	

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

5.4 Punto de equilibrio

Como ya sabemos es muy importante en todo negocio determinar el punto de equilibrio, para así determinar el nivel de ventas necesario para así poder cubrir los costos en los que estamos incurriendo. Nosotros necesitamos vender 1090 cajas para no tener perdida, teniendo en cuenta que es necesario vender más para obtener ganancias. Como sabemos la mayoría de los negocios no recupera su inversión de manera inmediata, lo mismo nos sucede a nosotros que no recuperamos lo invertido hasta nuestra tercera importación. Ya que como podemos ver en el grafico tenemos que vender cajas para recuperar la inversión, ya que nosotros importaremos cada 2 meses 872 cajas, en la tercera importación ya vamos a poder obtener ganancias.

Tabla 6: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTO FIJO	130,658.92
PRECIO VENTA	0.25
COSTO VARIABLE	0.13
P.E. BOLSAS	1,090,002
P.E. CAJAS	1,090

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

5.5 Modalidad de Pago

Nuestra mejor opción como método de pago será usar una carta de crédito, en el cual tendremos tanto el proveedor como nosotros una entidad financiera que se encargara de revisar la conformidad de los términos acordados previamente con nuestro proveedor dentro de ello estarán la suma de dinero, la fecha pactada y con los documentos correspondientes. Elegimos este medio de pago debido a que reduce el riesgo de cualquier controversia que sea suscitada durante la importación, poniendo como nuestro representante a un banco

5.6 Distribución Física Internacional

Gráfico 10: Proceso de Importación

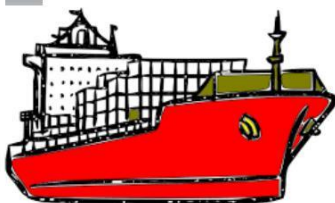


FUENTE: Universidad de Talca



Nuestro primero paso para nuestra importación fue comunicarnos mediante correos con nuestro proveedor, quien nos envió el catálogo de sus productos con sus características técnicas y certificaciones. Para lo cual nosotros elegimos el Bio-Cassava Bag

Luego emitiremos una orden de compra detallando, el producto, la cantidad a comprar, nuestras condiciones de pago, el medio de pago, que en este caso será una carta de crédito emitida por entidades financieras, el cual este documento notificara a nuestro proveedor la suma que deberá producir, el medio de transporte, el puerto de destino.



Nuestro producto será transportado por vía marítima acogiéndonos al Termino Internacional CIF, que reducirá nuestros costos logísticos y el riesgo de tránsito internacional, dejándonos a la espera de su llegada que tendrá un promedio de 30 días desde el puerto de Yakarta y como destino el puerto del Callao

Ya en el puerto de destino, iniciaremos el proceso de nacionalización la carga por medio de nuestro agente de aduanas. Una vez terminado el proceso de importación trasladaremos nuestra mercancía hacia nuestro almacén.



FUENTE: Universidad de Talca, elaborado por equipo de trabajo.

5.7 Características de la Carga

Es muy importante tener en claro las características de la carga para facilitar su traslado de un lugar a otro y cotizar el correcto medio de transporte a su vez de esta manera no alteraremos sus principales características y la mercancía no se daña.

Gráfico 11: La carga



FUENTE: Imágenes Google.

En este caso es una carga general unitarizada ya que las bolsas vendrán dentro de cajas de cartón para poder agruparlas y por su naturaleza es una carga frágil, ya que no puede mojarse por las características propias de nuestras bolsas biodegradables.

5.8 Cubicaje de la carga

Para poder realizarlo tomamos en cuenta los datos brindados por nuestro socio comercial Avani, sabemos que 1 caja contiene 20 paquetes de bolsas y que 1 paquete tiene 20 bolsas, es así, que nosotros sabemos que en una caja hay 1000 bolsas, adicionalmente sabemos que la medida de caja es de 25cm*40cm y que para enviar la mercancía usaran pallets americanos.

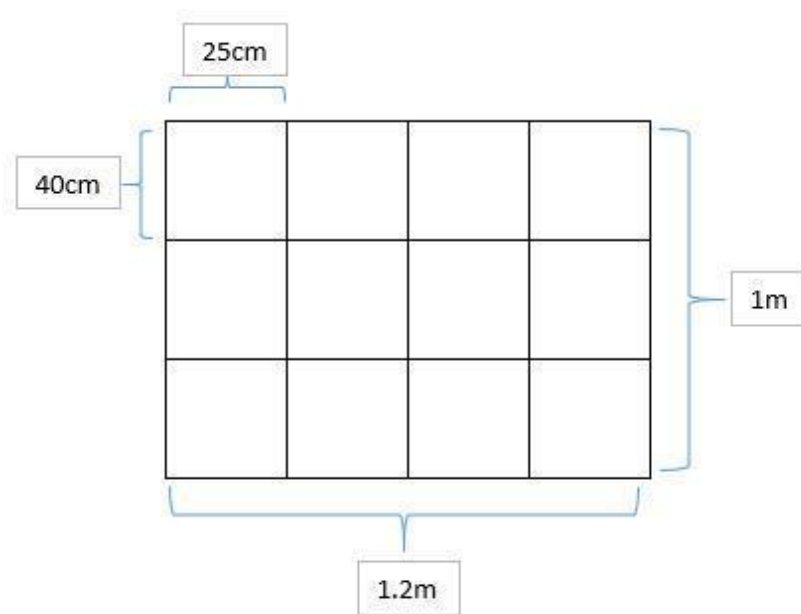
Tabla 7: Tara de la carga.

# CAJAS POR PALLET	96	PESO NETO TOTAL	13080
PESO DE UN PALLET	20KG	PESO BRUTO TOTAL	13280
PESO DE UNA CAJA	15KG	VOLUMEN CM3	25.8cm3
PESO NETO	1440KG		
PESO BRUTO	1460KG		

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

5.9 Ubicación de las cajas en el pallet

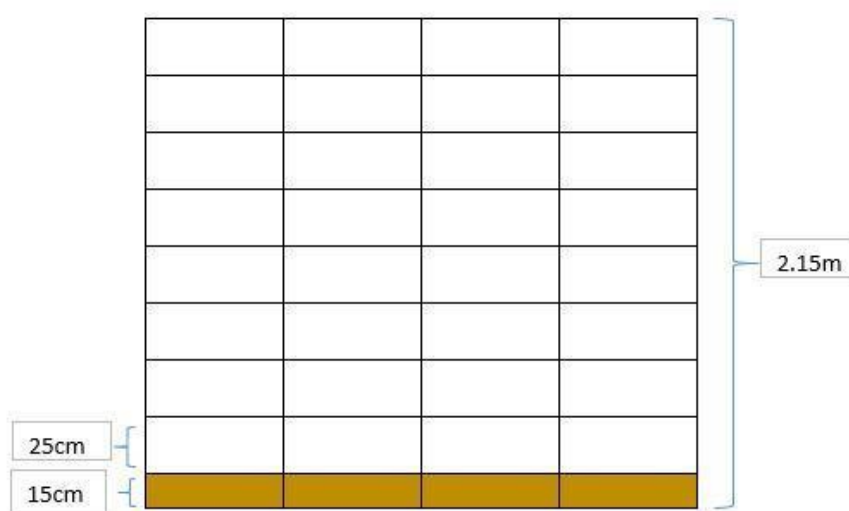
Gráfico 12: Unitarización de la Carga



FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

5.10 Apilamiento de las cajas

Gráfico 13: Apilamiento de las Cajas



FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

5.11 Cronograma de Pagos de Importación

En nuestro caso nosotros importaremos cada 2 meses, es decir tendremos 6 importaciones durante todo el año, de esta manera podremos cubrir la demanda de nuestro cliente.

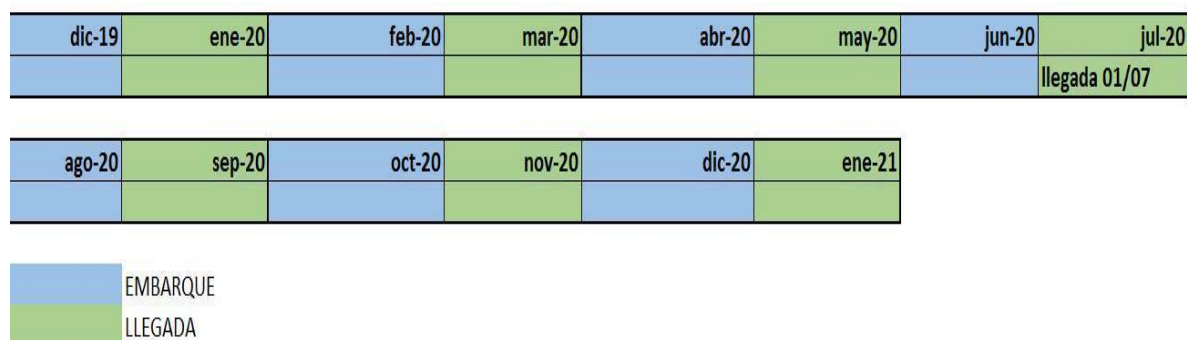
Tabla 8: Cronograma de Importación

CRONOGRAMA DE IMPORTACION						
	BIMESTRE 1	BIMESTRE 2	BIMESTRE 3	BIMESTRE 4	BIMESTRE 5	BIMESTRE 6
2020	872	872	872	872	872	872
2021	944	944	944	944	944	944
2022	1,016	1,016	1,016	1,016	1,016	1,016
2023	1,088	1,088	1,088	1,088	1,088	1,088
2024	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160	1,160

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

Es así como ya tenemos los meses en los que importaremos y se realizará el embarque de la mercancía por parte de Avani y la llegada a nuestro país.

Gráfico 14: Fechas de arribo y llegada de la carga



FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

6. NECESIDADES FINANCIERAS

6.1 Presupuesto de inversión:

Para poder realizar nuestro negocio necesitaremos tener un capital de S/ 124,913.75 soles, para esto somos 2 socios los cuales brindaremos un capital individual de S/52,456.88 soles cada uno, por ende, nos falta S/20,000 para completar nuestra inversión y es así como solicitaremos un préstamo al banco.

Tabla 9: Aporte de Socios

APORTE DE SOCIOS			
PROPIO			
SOCIO 1	S/	52,456.88	
SOCIO 2	S/	52,456.88	
		TOTAL	S/ 104,913.75

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo.

6.2 Estructura de capital

Nuestra estructura de capital esta conformado por un 86% capital propio y tendremos un financiamiento que significar un 14% a la inversion que vamos a realizar.

Tabla 10: Estructura de Capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL			
CONCEPTO			
CAPITAL PROPIO	84%	S/	104,913.75
FINANCIAMIENTO	16%	S/	20,000.00
TOTAL DE CAPITAL	100%	S/	124,913.75

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

En lo que respecta a nuestro préstamo del banco consideramos que la tasa que nos están brindando es una tasa promedio ya accesible, la tasa de costo efectivo anual que nos ofrecen es de 15%. El plazo al que hemos decidido sacarlo es a 36 meses con cuotas de S/ 684.97soles, donde pagamos un interés total de S/4628.15. Teniendo en cuenta que uno de nuestros objetivos es prepagarlo en el menor tiempo posible para así ahorrar y pagar menos intereses.

Tabla 11: El préstamo bancario

BANCO		
PRESTAMO	S/	20,000.00
TCEA		15%
TEM		1.18%

CALCULO PRESTAMO		3 AÑOS
PLAZO		36
PAGO	MENSUAL	
CUOTA		S/684.97
INTERES		S/ 24,658.92

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

6.3 Inversión total

Nosotros como empresa ocurriríamos en una inversión total en activos tangibles, intangibles y en los costos de importación, como podemos ver en el siguiente cuadro:

Tabla 12: Inversión Total

INVERSION TOTAL		
ACTIVO TANGIBLE	S/	4,572.00
ACTIVO INTANGIBLE	S/	4,200.84
COSTO DE IMPORTACION	S/	116,140.91
TOTAL		S/ 124,913.75

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

6.4 Capital de Trabajo

Tabla 13: Valor en aduanas base imponible

DESCRIPCION	COSTO EN DOLARES	IMPUESTOS	COSTO EN SOLES
FOB UNITARIO	\$ 30.00		S/ 99.00
CANTIDAD	872		872
FOB TOTAL	\$ 26,160.00		S/ 86,328.00
<u>DETERMINACION DEL FLETE</u>			
FLETE	\$ 50.00		S/ 165.00
CFR	\$ 26,210.00		S/ 86,493.00
<u>DETERMINACION DEL SEGURO</u>			
TASA DEL SEGURO	1.25%		
SEGURO	\$ 327.00		S/ 1,079.10
CIF	\$ 26,537.00		S/ 87,572.10
2. DERECHOS E IMPUESTOS			
TASA AD VALOREN	6%		
AD VALOREN	\$ 1,592.00	S/ 5,524.33	S/ 5,524.33
IPM	\$ 563.00	S/ 1,856.53	S/ 1,856.53
IGV	\$ 4,501.00	S/ 14,852.23	S/ 14,852.23
DEUDA ADUANERA	\$ 50.00	S/ 21,963.08	S/ 109,535.18
PERCEPCION 3.5%	\$ 1,162.00	S/ 3,833.73	S/ 3,833.73
3. COSTOS Y GASTOS DE IMPORTACION			
B/L	\$ 40.00	S/ 23.76	S/ 132.00

ALMACENAJE	\$ 50.00	S/ 29.70	S/ 165.00
MOVILIZACION POR	\$ 80.00	S/ 47.52	S/ 264.00
RECONOCIMIENTO FISICO			
SERVICIO DE CUADRILLA DEL AFORO	\$ 30.00	S/ 17.82	S/ 99.00
GASTOS OPERATIVOS	\$ 50.00	S/ 29.70	S/ 165.00
HANDLING	\$ 60.00	S/ 35.64	S/ 198.00
SERVICIO DE DESCARGA	\$ 150.00	S/ 89.10	S/ 495.00
MOVILIZACION DE LA CARGA	\$ 120.00	S/ 71.28	S/ 396.00
TRANSPORTE INTERNO	\$ 100.00	S/ 59.40	S/ 330.00
DEVOLUCION DEL CONTENEDOR	\$ 160.00	S/ 95.04	S/ 528.00
TOTAL GASTOS DE IMPORTACION	\$ 840.00	S/ 498.96	S/ 2,772.00
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE IMPORTACION	\$ 35,194.22		S/ 116,140.31

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

6.5 Activo tangible

En activos tendremos un total de gastos de S/ 4572soles, que serán necesarios ya que hay equipos y materiales que usaremos para poder trabajar de manera adecuada.

Tabla 14: Activo Tangible

ACTIVO TANGIBLE					
CONCEPTO	CANTIDAD		PRECIO		IGV
Escritorio	S/	2.00	S/	300.00	54
Sillas	S/	4.00	S/	280.00	50.4
Laptop	S/	2.00	S/	3,000.00	540
Impresora	S/	1.00	S/	300.00	54
Extintor	S/	3.00	S/	240.00	43.2
Señales de seguridad	S/	6.00	S/	2.00	0.36
Mueble	S/	1.00	S/	150.00	27
Camaras de seguridad	S/	2.00	S/	300.00	54
TOTAL			S/	4,572.00	822.96

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

6.6 Depreciación

Como sabemos cada año se van depreciando en un 20% nuestros activos, por el distinto uso que le damos. A continuacion podemos ver el cuadro de

Tabla 15: Depreciación

DEPRECIACION 5 AÑOS				
AÑO	MONTO	DEPRECIACION	SALDO	
1	S/ 4,572.00	S/ 914.40	S/ 3,657.60	
2	S/ 3,657.60	S/ 914.40	S/ 2,743.20	
3	S/ 2,743.20	S/ 914.40	S/ 1,828.80	
4	S/ 1,828.80	S/ 914.40	S/ 914.40	
5	S/ 914.40	S/ 914.40	-	

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

6.7 Activo intangible

Dentro de los activos tangibles incurriremos en distintos gastos, que se detallan a continuación:

Tabla 16: Activo Intangible

ACTIVO INTANGIBLE				
CONCEPTO	PRECIO		IGV	
Servicio de constitución de empresa	S/	850.00	S/	153.00
Licencia de funcionamiento - S.M.P	S/	300.00		
Libros de Contables y Legalización	S/	1,000.00	S/	180.00
Registro de Marca y Logo en Indecopi	S/	1,500.00	S/	270.00
Marca, patente y Logo	S/	245.76	S/	44.24
Creación pagina web/face/twitter	S/	152.54	S/	27.46
Hosting	S/	152.54	S/	27.46
TOTAL	S/	4,200.84	S/	702.15

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

6.8 Planilla

Dentro de nuestros costos incurriremos en pago al personal tanto administrativo como operativo. El pago a nuestros trabajadores administrativos hace un total de S/ 7000 Y nuestros trabajadores operativos S/3500.

Tabla 17: Planilla

COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO		
	CANTIDAD	SUELDO
GERENTE	1	2,000.00
ADMINISTRADOR	1	1,500.00
GERENTE DE MARKETING	1	1,500.00
VENDEDOR	2	2,000.00
TOTAL		7,000.00

COSTO PERSONAL OPERATIVO		
	CANTIDAD	SUELDO
GERENTE DE OPERACIONES	1	1,500.00
ESTIBADORES	3	1,000.00
TRANSPORTISTAS	1	1,000.00
TOTAL		3,500.00

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

6.9 Gastos Administrativos

La empresa realizara gastos en alquiler, pago se servicios como luz, agua, teléfono e internet y el pago administrativo que realizaremos. Mensualmente tenemos un gasto administrativo de S/ 5760, que anualmente hace un gasto administrativo total de S/ 69120 soles.

Tabla 18: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVO												
CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Alquiler	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Luz	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Telefono, Internet	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
Agua	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Personal Administra	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
TOTAL	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00	5,760.00

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

6.10 Proyección de la demanda

Como sabemos la proyeccion de la demanda va estar en funcion a cubrir la necesidad de nuestro cliente que en este caso es NGR Restaurantes, empezaremos proyectandonos a cubrir la necesidad actual de sus 179 tiendas y de acuerdo al crecimiento y necesidad que tengan de bolsas aumentaremos el volumen de ventas.

Tabla 19: Número de Tiendas NGR en el Perú

NUMERO DE TIENDAS DE NGR EN EL PERU			
	Tiendas	Promedio Mensual	Promedio Anual
DON BELISARIO	11	5,500.00	66,000.00
CHINAWOK	23	11,500.00	138,000.00
PAPA JOHNS	41	20,500.00	246,000.00
DUNKIN DONUTS	8	4,000.00	48,000.00
LOUSIANA KITCHEN	20	10,000.00	120,000.00
BEMBOS	76	38,000.00	456,000.00
TOTAL	179	89,500.00	1,074,000.00

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

Ya que estamos trabajando con NGR Restaurantes, tenemos acceso a la proyeccion de tiendas que ellos piensan ir incorporando año tras año en distitnos lugares del pais, esto hace que tengamos que aumentar la cantidad de importacion para cubrir la demanda que ellos tienen.

Tabla 20: Proyección de Tiendas

PROYECCION DE TIENDAS					
	2020	2021	2022	2023	2024
DON BELISARIO	11	14	17	20	23
CHINAWOK	23	26	29	32	35
PAPA JOHNS	41	44	47	50	53
DUNKIN DONUTS	47	50	53	56	59
LOUSIANA KITCHEN	20	23	26	29	32
BEMBOS	76	79	82	85	88
TOTAL	218	236	254	272	290
%		8%	8%	7%	7%

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

6.11 Proyección de la demanda anual

Nosotros estamos proyectando que el crecimiento que vamos a tener en los años consecutivos después del 2020, estarán en un rango del 7% y 8 %.

✓

En el 2021 creceremos un 8% en ventas en referencia al año anterior, esto significa que venderemos 5664 cajas más a diferencia del año anterior.

✓

En el 2022 creceremos un 8% más y aumentaremos el volumen de ventas en 6096 cajas.

✓

En el 2023 creceremos un 7% adicional que significara 6096 cajas más.

✓

En el 2024 creceremos un 7% adicional que significa que aumentaremos nuestra venta en 6960 cajas

Tabla 21: Proyección de la Demanda

PROYECCIÓN DE DEMANDA ANUAL					
	2020	2021	2022	2023	2024
DON					
BELISARIO	264,000.00	336,000.00	408,000.00	480,000.00	552,000.00
CHINAWOK	552,000.00	624,000.00	696,000.00	768,000.00	840,000.00
PAPA JOHNS	984,000.00	1,056,000.00	1,128,000.00	1,200,000.00	1,272,000.00
DUNKIN					
DONUTS	1,128,000.00	1,200,000.00	1,272,000.00	1,344,000.00	1,416,000.00
LOUSIANA					
KITCHEN	480,000.00	552,000.00	624,000.00	696,000.00	768,000.00
BEMBOS	1,824,000.00	1,896,000.00	1,968,000.00	2,040,000.00	2,112,000.00
TOTAL	5,232,000.00	5,664,000.00	6,096,000.00	6,528,000.00	6,960,000.00
TOTAL CAJAS	5,232.00	5,664.00	6,096.00	6,528.00	6,960.00
%		8%	8%	7%	7%

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

6.12 Proyección de ventas

Nuestra proyección de ventas está en función a la demanda, es por ello que a partir del 2021 aumenta el número de cajas que entregaremos de manera mensual a NGR Restaurantes.

La proyeccion en el siguiente cuadro es en funcion al numero de cajas:

Tabla 22: Proyección de Ventas Mensuales - Cajas

PROYECCION DE VENTAS MENSUALES - CAJAS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
2020	436	436	436	436	436	436	436	436	436	436	436	436
2021	472	472	472	472	472	472	472	472	472	472	472	472
2022	508	508	508	508	508	508	508	508	508	508	508	508
2023	544	544	544	544	544	544	544	544	544	544	544	544
2024	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

La proyeccion en el siguiente cuadro es en funcion al numero de bolsas:

Tabla 23: Proyección de Ventas Mensuales - Bolsas

PROYECCION DE VENTAS MENSUALES - BOLSAS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
2020	436,000.00	436,000.00	436,000.00	436,000.00	436,000.00	436,000.00	436,000.00	436,000.00	436,000.00	436,000.00	436,000.00	436,000.00
2021	472,000.00	472,000.00	472,000.00	472,000.00	472,000.00	472,000.00	472,000.00	472,000.00	472,000.00	472,000.00	472,000.00	472,000.00
2022	508,000.00	508,000.00	508,000.00	508,000.00	508,000.00	508,000.00	508,000.00	508,000.00	508,000.00	508,000.00	508,000.00	508,000.00
2023	544,000.00	544,000.00	544,000.00	544,000.00	544,000.00	544,000.00	544,000.00	544,000.00	544,000.00	544,000.00	544,000.00	544,000.00
2024	580,000.00	580,000.00	580,000.00	580,000.00	580,000.00	580,000.00	580,000.00	580,000.00	580,000.00	580,000.00	580,000.00	580,000.00

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

7. PRESUPUESTOS

7.1 Presupuesto de Ventas

Es muy necesario realizar el presupuesto de ventas ya que en base a eso vamos a tomar casi todas nuestras decisiones comerciales.

Tabla 24: Presupuesto de Ventas

BOLSA BIODEGRADABLES																												
	DICIEMBRE		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL 2020	
CANTIDAD	S/	-	S/	436.00	S/	436.00	S/	436.00	S/	436.00	S/	436.00	S/	436.00	S/	436.00	S/	436.00	S/	436.00	S/	436.00	S/	436.00	S/	436.00	S/	5,232.00
PRECIO SIN IGV	S/	-	S/	214.46	S/	214.46	S/	214.46	S/	214.46	S/	214.46	S/	214.46	S/	214.46	S/	214.46	S/	214.46	S/	214.46	S/	214.46	S/	214.46	S/	2,573.49
TOTAL VENTAS	S/	-	S/	93,503.32	S/	93,503.32	S/	93,503.32	S/	93,503.32	S/	93,503.32	S/	93,503.32	S/	93,503.32	S/	93,503.32	S/	93,503.32	S/	93,503.32	S/	93,503.32	S/	93,503.32	S/	1,122,039.88
IGV	S/	-	S/	16,830.60	S/	16,830.60	S/	16,830.60	S/	16,830.60	S/	16,830.60	S/	16,830.60	S/	16,830.60	S/	16,830.60	S/	16,830.60	S/	16,830.60	S/	16,830.60	S/	16,830.60	S/	201,967.18
TOTAL VENTAS	S/	-	S/	110,333.92	S/	110,333.92	S/	110,333.92	S/	110,333.92	S/	110,333.92	S/	110,333.92	S/	110,333.92	S/	110,333.92	S/	110,333.92	S/	110,333.92	S/	110,333.92	S/	110,333.92	S/	1,324,007.05

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

7.2 Proyección de las ventas:

Tabla 25: Proyección de ventas

TOTAL 2020		
CANTIDAD	S/	5,232.00
PRECIO SIN IGV	S/	2,573.49
TOTAL VENTAS	S/ 1,122,039.88	
IGV	S/	201,967.18
TOTAL VENTAS	S/ 1,324,007.05	

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

7.3 Presupuesto de Compras

Es muy necesario realizar el presupuesto de compras para determinar todo el capital que vamos a necesitar para poder realizar la importación.

Tabla 26: Presupuesto de Compras

COMPRAS 2020

BOLSAS BIODEGRADABLES	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	TOTAL
FACTURACION PROVEEDOR	S/ 26,160.00		S/ 26,160.00		S/ 26,160.00		S/ 26,160.00		S/ 26,160.00		S/ 26,160.00		S/ 26,160.00		
SEGURO	S/ 165.00		S/ 165.00		S/ 165.00		S/ 165.00		S/ 165.00		S/ 165.00		S/ 165.00		
FLETE	S/ 1,079.10		S/ 1,079.10		S/ 1,079.10		S/ 1,079.10		S/ 1,079.10		S/ 1,079.10		S/ 1,079.10		
TOTAL FACTURACION	S/ 27,404.10		S/ 27,404.10		S/ 27,404.10		S/ 27,404.10		S/ 27,404.10		S/ 27,404.10		S/ 27,404.10		S/ 191,828.70

GASTOS IMPORTACION

BOLSAS BIODEGRADABLES	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	TOTAL
ADV	S/ 5,254.33		S/ 5,254.33		S/ 5,254.33		S/ 5,254.33		S/ 5,254.33		S/ 5,254.33		S/ 5,254.33		
IPM	S/ 1,856.53		S/ 1,856.53		S/ 1,856.53		S/ 1,856.53		S/ 1,856.53		S/ 1,856.53		S/ 1,856.53		
IGV	S/ 14,852.23		S/ 14,852.23		S/ 14,852.23		S/ 14,852.23		S/ 14,852.23		S/ 14,852.23		S/ 14,852.23		
PERCEPCION	S/ 3,833.73		S/ 3,833.73		S/ 3,833.73		S/ 3,833.73		S/ 3,833.73		S/ 3,833.73		S/ 3,833.73		
TOTAL GASTOS IMPT	S/ 25,796.81		S/ 25,796.81		S/ 25,796.81		S/ 25,796.81		S/ 25,796.81		S/ 25,796.81		S/ 25,796.81		S/ 180,577.70

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

7.4 Presupuesto pago a proveedores

El tener organizado nuestro presupuesto de pago a los proveedores nos permitirá ser puntuales y responsables y cumplir de manera puntual con nuestros proveedores, a su vez nos ayuda a tomar casi todas nuestras decisiones comerciales. Como podemos ver para el presupuesto de pagos anual tenemos un importe de S/ 804277.70, los gastos del presupuesto incluyen el pago a nuestro proveedor y los gastos de importación en los que vamos a incurrir, cabe mencionar que en el siguiente cuadro se ve reflejado este presupuesto cada 2 meses, ya que nosotros importaremos 6 veces al año.

Y nuestra programación de pagos está dando siempre el 70% de la totalidad y el siguiente mes completamos el 30% que falta.

Tabla 27: Presupuesto de Pago a Proveedores

PRESUPUESTO PAGO PROVEEDORES

PAGO	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	TOTAL
PROVEEDOR	S/ 86,328.00	S/ -	S/ 86,328.00	S/ -	S/ 86,328.00	S/ -	S/ 86,328.00	S/ -	S/ 86,328.00	S/ -	S/ 86,328.00	S/ -	S/ 86,328.00	S/ -	S/ 604,296.00
GASTOS IMP	S/ 28,568.81	S/ -	S/ 28,568.81	S/ -	S/ 28,568.81	S/ -	S/ 28,568.81	S/ -	S/ 28,568.81	S/ -	S/ 28,568.81	S/ -	S/ 28,568.81	S/ -	S/ 199,981.70
TOTAL	S/ 114,896.81	S/ -	S/ 114,896.81	S/ -	S/ 114,896.81	S/ -	S/ 114,896.81	S/ -	S/ 114,896.81	S/ -	S/ 114,896.81	S/ -	S/ 114,896.81	S/ -	S/ 804,277.70

PROGRAMACION DE PAGOS

PAGO	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	TOTAL
AL CONTADO	S/ 88,998.41	S/ -	S/ 88,998.41	S/ -	S/ 88,998.41	S/ -	S/ 88,998.41	S/ -	S/ 88,998.41	S/ -	S/ 88,998.41	S/ -	S/ 88,998.41	S/ -	S/ 622,988.90
30 DIAS	S/ -	S/ 25,898.40	S/ -	S/ 25,898.40	S/ -	S/ 25,898.40	S/ -	S/ 25,898.40	S/ -	S/ 25,898.40	S/ -	S/ 25,898.40	S/ -	S/ 25,898.40	S/ 181,288.80
TOTAL	S/ 88,998.41	S/ 25,898.40	S/ 88,998.41	S/ 25,898.40	S/ 88,998.41	S/ 25,898.40	S/ 88,998.41	S/ 25,898.40	S/ 88,998.41	S/ 25,898.40	S/ 88,998.41	S/ 25,898.40	S/ 88,998.41	S/ 25,898.40	S/ 804,277.70

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

7.5 Estado de resultados

Para saber el desempeño que hemos tenido como empresa necesitamos realizar el estado de resultados, de esta manera podemos ver proyectada las utilidades que hemos ido obteniendo en función a los gastos y costos que hemos tenido, es así como podemos ir viendo cómo va aumentando nuestra utilidad neta año tras año.

Tabla 28: Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO										
	2020		2021		2022		2023		2024	
VENTAS	S/	1,324,007.05	S/	1,433,328.74	S/	1,542,650.42	S/	1,651,972.10	S/	1,761,293.79
COSTO DE IMPORTACION	S/	696,845.48	S/	754,383.18	S/	811,920.89	S/	869,458.59	S/	926,996.29
UTILIDAD BRUTA	S/	627,161.57	S/	678,945.55	S/	730,729.54	S/	782,513.52	S/	834,297.50
GASTOS ADM	S/	119,892.84	S/	42,000.00	S/	46,200.00	S/	50,820.00	S/	55,902.00
GASTO DE VENTAS	S/	42,000.00	S/	46,200.00	S/	50,820.00	S/	55,902.00	S/	61,492.20
UTILIDAD OPERATIVA	S/	465,268.73	S/	590,745.55	S/	633,709.54	S/	675,791.52	S/	716,903.30
GASTOS FINANCIEROS	S/	8,219.64	S/	8,219.64	S/	8,219.64	S/	-	S/	-
UAI	S/	457,049.09	S/	582,525.91	S/	625,489.89	S/	675,791.52	S/	716,903.30
IR	S/	127,973.74	S/	163,107.26	S/	175,137.17	S/	189,221.62	S/	200,732.92
UTILIDAD NETA	S/	329,075.34	S/	419,418.66	S/	450,352.72	S/	486,569.89	S/	516,170.38
	25%		29%		29%		29%		29%	

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

Tabla 29: Estado de Resultado Mensual

ESTADO DE RESULTADO MENSUAL																										
		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		
VENTAS	SI	110,333.92	SI	110,333.92	SI	110,333.92	SI	110,333.92	SI	110,333.92	SI	110,333.92	SI	110,333.92	SI	110,333.92	SI	110,333.92	SI	110,333.92	SI	110,333.92	SI	110,333.92	SI	110,333.92
COSTO DE IMPORTACION	SI	58,070.46	SI	58,070.46	SI	58,070.46	SI	58,070.46	SI	58,070.46	SI	58,070.46	SI	58,070.46	SI	58,070.46	SI	58,070.46	SI	58,070.46	SI	58,070.46	SI	58,070.46	SI	58,070.46
UTILIDAD BRUTA	SI	52,263.46	SI	52,263.46	SI	52,263.46	SI	52,263.46	SI	52,263.46	SI	52,263.46	SI	52,263.46	SI	52,263.46	SI	52,263.46	SI	52,263.46	SI	52,263.46	SI	52,263.46	SI	52,263.46
GASTOS ADM	SI	9,991.07	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00
GASTO DE VENTAS	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00	SI	3,500.00
UTILIDAD OPERATIVA	SI	38,772.39	SI	45,263.46	SI	45,263.46	SI	45,263.46	SI	45,263.46	SI	45,263.46	SI	45,263.46	SI	45,263.46	SI	45,263.46	SI	45,263.46	SI	45,263.46	SI	45,263.46	SI	45,263.46
GASTOS FINANCIEROS	SI	684.97	SI	684.97	SI	684.97	SI	684.97	SI	684.97	SI	684.97	SI	684.97	SI	684.97	SI	684.97	SI	684.97	SI	684.97	SI	684.97	SI	684.97
UAI	SI	38,087.42	SI	44,578.49	SI	44,578.49	SI	44,578.49	SI	44,578.49	SI	44,578.49	SI	44,578.49	SI	44,578.49	SI	44,578.49	SI	44,578.49	SI	44,578.49	SI	44,578.49	SI	44,578.49
IR	SI	10,664.48	SI	12,481.98	SI	12,481.98	SI	12,481.98	SI	12,481.98	SI	12,481.98	SI	12,481.98	SI	12,481.98	SI	12,481.98	SI	12,481.98	SI	12,481.98	SI	12,481.98	SI	12,481.98
UTILIDAD NETA	SI	27,422.95	SI	32,096.52	SI	32,096.52	SI	32,096.52	SI	32,096.52	SI	32,096.52	SI	32,096.52	SI	32,096.52	SI	32,096.52	SI	32,096.52	SI	32,096.52	SI	32,096.52	SI	32,096.52

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

7.6 Estado de Flujo de Efectivo

El estado de flujo de efectivo nos sirve para ver la liquidez de nuestra empresa.

Tabla 30: Estado de Flujo de Efectivo

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

DETALLE	0	2020	2021	2022	2023	2024
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN						
COBRANZA A LOS CLIENTES		S/ 1,324,007.05	S/ 1,433,328.74	S/ 1,542,650.42	S/ 1,651,972.10	S/ 1,761,293.79
OTROS COBROS DE EFECTIVO						
MENOS:						
PAGO A PROVEEDORES MERCADERIAS		S/ 696,845.48	S/ 754,383.18	S/ 811,920.89	S/ 869,458.59	S/ 926,996.29
PAGO DE REMUNERACIONES ADM Y VENTAS		S/ 126,000.00	S/ 88,200.00	S/ 97,020.00	S/ 106,722.00	S/ 117,394.20
PAGO IMPUESTO IGV NETO		S/ 125,432.19	S/ 135,788.97	S/ 146,145.76	S/ 156,502.55	S/ 166,859.33
PAGO IMPUESTO A LA RENTA		S/ 127,973.74	S/ 163,107.26	S/ 175,137.17	S/ 189,221.62	S/ 200,732.92
EFFECTIVO PROVENIENTE DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		S/ 247,755.64	S/ 291,849.32	S/ 312,426.61	S/ 330,067.35	S/ 349,311.04
ACTIVIDADES DE INVERSION						
INGRESO POR VENTA EN VALORES						
INGRESO POR VENTA DE INMUEBLES, MQ O EQ.						
OTROS INGRESOS						
MENOS:						
PAGO POR COMPRA DE VALORES						
PAGOS POR COMPRA DE INMUEBLES, MQ O EQ.	S/ 4,572.00					
OTROS PAGOS	S/ 4,200.84					
EFFECTIVO PROVENIENTE DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN INVERSION	S/ 8,772.84					
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
INGRESO POR EMISION DE APORTES	S/ 104,913.75					
INGRESO POR PRESTAMOS	S/ 20,000.00					
INGRESO POR EMISION DE BONOS Y OTROS						
MENOS:						
AMORTIZACION E INTERESES DE PRESTAMOS OBTENIDOS		S/ 5,754.07	S/ 6,622.93	S/ 7,623.00	S/ -	S/ -
REDENCION DE EMISION DE TITULO DE VALORES						
PAGO DE DIVIDENDOS Y OTRAS DISTRIBUCIONES						
OTROS PAGOS EFECTUADOS						
EFFECTIVO PROVENIENTE DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	S/ 124,913.75	S/ -5,754.07	S/ -6,622.93	S/ -7,623.00	S/ -	S/ -
AUMENTO (DISMINUCION) NETO DEL EFECTIVO	S/ 116,140.91	S/ 247,755.64	S/ 291,849.32	S/ 312,426.61	S/ 330,067.35	S/ 349,311.04
SALDO DE EFECTIVO AL INICIO DE AÑO		S/ 116,140.91	S/ 363,896.55	S/ 655,745.88	S/ 968,172.48	S/ 1,298,239.83
SALFO DE EFECTIVO AL FINAL DEL AÑO	S/ 116,140.91	S/ 363,896.55	S/ 655,745.88	S/ 968,172.48	S/ 1,298,239.83	S/ 1,647,550.87

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

7.7 Estado de Situación Financiera

Tabla 31: Estado de Situación Financiera

Detalle	0	2020	2021	2022	2023	2024						
ACTIVO												
Activo Corriente												
Efectivo y equivalentes efectivo	SI	116,140.91	SI	363,896.55	SI	655,745.88	SI	968,172.48	SI	1,298,239.83	SI	1,647,550.87
Cuentas por Cobrar Comerciales			SI	-	SI	-	SI	-	SI	-	SI	-
Existencias (Neto)												
Gastos Diferidos												
Credito tributario			SI	238,321.27	SI	257,999.17	SI	277,677.08	SI	297,354.98	SI	317,032.88
Total Activo Corriente	SI	116,140.91	SI	602,217.82	SI	913,745.05	SI	1,245,849.56	SI	1,595,594.81	SI	1,964,583.75
Activo no Corriente												
Inversiones Inmobiliarias (Neto)												
Inversiones Activo Fijo (In. Maq. Eq.) (Neto)	SI	4,572.00	SI	3,657.60	SI	2,743.20	SI	1,828.80	SI	914.40	SI	-
Activos Intangibles	SI	4,200.84	SI	3,360.67	SI	2,520.50	SI	1,680.34	SI	840.17	SI	-
Otros activos												
Total Activo No Corriente	SI	8,772.84	SI	7,018.27	SI	5,263.70	SI	3,509.14	SI	1,754.57	SI	-
TOTAL ACTIVO	SI	124,913.75	SI	609,236.09	SI	919,008.75	SI	1,249,358.69	SI	1,597,349.38	SI	1,964,583.75
PASIVO												
Pasivo Corriente												
Obligaciones Financieras			SI	8,219.64	SI	8,219.64	SI	8,219.64				
Cuentas por Pagar Comerciales			SI	-	SI	-	SI	-	SI	-	SI	-
Impuesto a la renta			SI	127,973.74	SI	163,107.26	SI	175,137.17	SI	189,221.62	SI	200,732.92
Pasivos Mantenedos Venta												
Total pasivo corriente	SI	-	SI	136,193.39	SI	171,326.90	SI	183,356.81	SI	189,221.62	SI	200,732.92
Pasivo No Corriente												
Obligaciones Financieras	SI	20,000.00										
Impuesto a la renta												
Total Pasivo no Corriente	SI	20,000.00		0		0		0		0		0
TOTAL PASIVO	SI	20,000.00	SI	136,193.39	SI	171,326.90	SI	183,356.81	SI	189,221.62	SI	200,732.92
PATRIMONIO												
Capital Social	SI	104,913.75	SI	104,913.75	SI	104,913.75	SI	104,913.75	SI	104,913.75	SI	104,913.75
Reservas Legales			SI	39,053.61	SI	223,349.45	SI	510,735.40	SI	816,644.10	SI	1,142,766.70
Resultados Acumulados			SI	329,075.34	SI	419,418.66	SI	450,352.72	SI	486,569.89	SI	516,170.38
Total Patrimonio Neto	SI	104,913.75	SI	473,042.71	SI	747,681.86	SI	1,066,001.88	SI	1,408,127.75	SI	1,763,850.83
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	SI	124,913.75	SI	609,236.09	SI	919,008.76	SI	1,249,358.69	SI	1,597,349.37	SI	1,964,583.75
	SI	-	SI	-0.00	SI	-0.00	SI	0.00	SI	0.00	SI	0.00

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

7.8 Flujo Económico

En nuestro flujo económico podemos ver cómo se va invirtiendo nuestro capital, y como conforme avanzan los años, vamos obteniendo resultados a lo largo de este proyecto.

Tabla 32: Flujo Económico

FLUJO DE CAJA ECONOMICO										
DETALLE	0	2020	2021	2022	2023	2024				
INGRESOS DE LA OPERACIÓN										
VENTAS	SI	1,324,007.05	SI	1,433,328.74	SI	1,542,650.42	SI	1,651,972.10	SI	1,761,293.79
TOTAL INGRESOS	SI	1,324,007.05	SI	1,433,328.74	SI	1,542,650.42	SI	1,651,972.10	SI	1,761,293.79
EGRESOS DE LA OPERACIÓN										
COSTO IMPORTACION	SI	-696,845.48	SI	-754,383.18	SI	-811,920.89	SI	-869,458.59	SI	-926,396.29
GASTOS ADMINISTRATIVOS	SI	-119,892.64	SI	-42,000.00	SI	-46,200.00	SI	-50,820.00	SI	-55,302.00
GASTOS DE VENTAS	SI	-42,000.00	SI	-46,200.00	SI	-50,820.00	SI	-55,902.00	SI	-61,492.20
IMPUESTO A LA RENTA	SI	-127,973.74	SI	-163,107.26	SI	-175,137.17	SI	-189,221.62	SI	-200,732.92
TOTAL EGRESOS	SI	-986,712.07	SI	-1,005,690.44	SI	-1,084,078.06	SI	-1,165,402.21	SI	-1,245,123.41
PARTIDAS QUE NO SON EFECTIVO										
DEPRECIACION	SI	-914.40	SI	-914.40	SI	-914.40	SI	-914.40	SI	-914.40
AMORTIZACION	SI	-	SI	-	SI	-	SI	-	SI	-
FLUJO EFECTIVO DE LA OPERACIÓN	SI	337,294.98	SI	427,638.30	SI	458,572.36	SI	486,569.89	SI	516,170.38
INVERSION ACTIVO FIJO TANGIBLE	SI	-4,572.00	SI	-	SI	-	SI	-	SI	-
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	SI	-104,913.75	SI	-	SI	-	SI	-	SI	-
INVERSION ACTIVO FIJO INTANGIBLE	SI	-4,200.84	SI	-	SI	-	SI	-	SI	-
TOTAL INVERSIONES	SI	-113,686.59	SI	337,294.98	SI	427,638.30	SI	486,569.89	SI	516,170.38
FLUJO DE CAJA ECONOMICO										
PRESTAMO	SI	20,000.00	SI	-	SI	-	SI	-	SI	-
PAGO INTERES	SI	-	SI	-1,552.97	SI	-1,552.97	SI	-	SI	-
PAGO AMORTIZACION	SI	-	SI	-6,666.67	SI	-6,666.67	SI	-	SI	-
ESCUDO FISCAL	SI	-	SI	458.13	SI	458.13	SI	-	SI	-
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	SI	-93,686.59	SI	329,533.47	SI	419,876.78	SI	450,810.85	SI	486,569.89

ECONOMICO	BENEFICIO	SI	5,261,374.97
	COSTO	SI	-3,752,360.65
FINANCIERO	BENEFICIO	SI	5,323,697.86
	COSTO	SI	-3,796,474.65

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

7.9 Indicadores

7.9.1 Costo de Oportunidad del Capital- Cok

La tasa de retorno de nuestra inversión es de 13.53%

Tabla 33: Costo de Oportunidad del Capital

COK

Tasa libre de riesgo	6.16%
Coeficiente BETA	0.43%
Retorno esperado del mercado	7.40%
Riesgo País	5.17%
Inflación	2.19%

$$K_e = R_f + \beta(R_m - R_f) + RP + \text{Inflación}$$

R_f	6.16%
β_a	0.43%
R_m	7.40%
RP	5.17%
Inflación	2.19%
K	13.53%

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo.

7.9.2 Costo Promedio ponderado de la financiación de un proyecto-WACC

La tasa de descuento que utilizaremos para descontar los flujos de fondos operativos para valuar nuestra empresa sera de 13.1% .

Tabla 34: Costo Promedio Ponderado

WACC				
WACC = $C \cdot P \cdot P / A + C \cdot D \cdot P / A \cdot (1 - TAX)$				
WACC		ESTRUCTURA DE CAPITAL		
		CONCEPTO	%	S/
CAPITAL PROPIO	83.99%	CAPITAL PROPIO	86%	S/ 120,000.00
PRESTAMO	16.01%	FINANCIAMIENTO	14%	S/ 20,000.00
COK	13.53%	TOTAL DE CAPITAL	100%	S/ 140,000.00
TCEA	15.10%			
IR	29.50%			
WACC	13.1%			

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo.

7.10 Ratios

7.10.1 Ratio de Liquidez

Es muy importante el ratio de liquidez para nosotros para ver la capacidad que tenemos de saldar deudas a corto plazo.

Tabla 35: Ratio de Liquidez

LIQUIDEZ										
Detalle	2020		2021		2022		2023		2024	
Liquidez	\$/	4.42	\$/	5.33	\$/	6.79	\$/	8.43	\$/	9.79
Por cada \$/1.00 de deuda a corto plazo, la empresa cuenta con \$/4.42 \$/5.33 \$/6.79, \$/8.43 y \$/9.79 para los años del 2018 al 2022 respectivamente, lo cual indica que cuenta con liquidez suficiente para solventar sus pasivos de corto plazo.										
Capital de Trabj	466,024.44		742,418.15		1,062,492.75		1,406,373.18		1,763,850.83	
El capital de trabajo es el saldo monetario, equivalente a la diferencia entre el Activo Corriente y el Pasivo Corriente.										
Prueba acida	4.42		5.33		6.79		8.43		9.79	
Por cada \$/1.00 de deuda a corto plazo, la empresa cuenta con \$/4.42, \$/5.33 \$/ 6.79, \$/8.43 y \$/9.79 para los años del 2018 al 2022 respectivamente, lo cual indica que cuenta con liquidez suficiente para solventar sus pasivos de corto plazo con sus activos más líquidos.										

Activo corriente
Pasivo corriente

Activo corriente – Pasivo Corriente de trabajo
--

Activo corriente – Inventarios
Pasivo corriente

Activo corriente
Pasivo corriente

Activo corriente – Pasivo Corriente de trabajo

Activo corriente – Inventarios
Pasivo corriente

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

7.10.2 Ratio de Rentabilidad

El margen operativo para los siguientes años del 2018 al 2022 son de 57.86%, 58.29%, 58.33%, 58.34%, 58.38%, es decir que existe un incremento anual. Si tomamos en cuenta el año 2018, esto nos quiere decir que por cada Sol vendido por la empresa obtuvo 0.5786 Soles que estarán de libre disponibilidad para la empresa luego de haber cubierto los gastos operativos propios e inherentes a la misma operatividad de la empresa. Nótese que no se toma en cuenta el financiamiento en esta ratio. El margen neto para los siguientes años del 2018 al 2022 son de 40.68%, 41.06%, 41.12%, 41.13%; 41.16%, es decir que el margen neto se ha incrementado. Si tomamos en cuenta el año 2018, esto nos quiere decir que por cada Sol vendido por la empresa se obtuvo 0.4068 Soles que estarán de libre disponibilidad para los accionistas luego de haber cubierto los gastos operativos y financieros de la empresa.

Por cada S/ 1.00 invertido en activos se generó una ganancia promedio de 28.36%, lo cual denota la efectividad en la administración del capital total.

Por cada S/ 1.00 invertido por el accionariado, la compañía obtuvo un rendimiento promedio de 30.64 %, lo cual muestra que se está aprovechando los recursos propios adecuadamente.

Tabla 36: Ratio de Rentabilidad

Detalle	RENTABILIDAD					
	2020	2021	2022	2023	2024	
Margen operativo	35.14%	41.21%	41.08%	40.91%	40.70%	Utilidad operativa
						Ventas totales
Margen neto	24.85%	29.26%	29.19%	29.45%	29.31%	Utilidad neta
						Ventas totales
ROA	54.01%	45.64%	36.05%	30.46%	26.27%	Utilidad operativa*(1-tax)
						Total activo promedio
ROE	69.57%	56.10%	42.25%	34.55%	29.26%	Utilidad neta
						Patrimonio neto

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

7.10.3 Viabilidad del Proyecto

El Van nos permite calcular el valor del número de flujos de caja futuros, es así como obtenemos S/ 1, 395,327.72soles. La rentabilidad promedio anual que genera nuestro capital en este proyecto es del 317.36%

Tabla 37: Viabilidad del Proyecto

VIABILIDAD DEL PROYECTO		
ECONOMICO		
COK		13.53%
VANe	S/	1,395,327.72
TIRe		317.36%
R B/Ce		140.22%
PAYBACKe		33.71%
FINANCIERO		
WACC		13.06%
VANe	S/	1,413,536.62
TIRe		373.76%
R B/CF		140.23%
PAYBACKf		28.43%

FUENTE: Elaborado por equipo de trabajo

8. CONCLUSIONES



En conclusión, podemos decir que nuestro proyecto cumple con las expectativas que nos hemos trazado desde que tenemos el proyecto en mente, ya que no solo es un proyecto rentable para nosotros, sino que nos ayuda a contribuir con llegar a las personas y concientizarlas con lo principal que es dejar del lado el uso de bolsas plásticas.



Cómo segunda conclusión podemos decir que las bolsas biodegradables están cada vez más cerca de obtener reconocimiento en muchos países, ya que los distintos gobiernos están cada vez más enfocados en lograr la disminución del uso de plástico, cómo es el caso de Perú que ya aprobaron la ley para regularizar el uso de sorbetes y tienen en proyecto que las grandes cadenas de supermercados y fast foods empiezan a cobrar 0.10 a los clientes por las bolsas, lo cual nos ayuda a poder potenciar nuestro proyecto para buscar trabajar de la mano del gobierno y promover nuestras eco bolsas



A&Z Asociados Sac está comprometido con nuestro medio ambiente, por eso recomienda a las demás empresas optar por desechar el uso de bolsas plásticas y optar por la menor opción para nuestro planeta, las bolsas biodegradables serían una muy buena alternativa

9. BIBLIOGRAFÍA

AMBIENTAL, S. A. (2018, Abril 11). Obtenido de <https://www.actualidadambiental.pe/?p=49502>

CODIGO, B. (2012, Diciembre 11). Obtenido de <https://codigo.pe/ng-restaurants-el-coloso-gastronomico-del-grupo-intercorp/>

GOLEMAN, D. (2009). *Inteligencia Ecológica*. En D. GOLEMAN. KAIROS EDITORIAL.

LA REPUBLICA. (2018, Diciembre 7). *LA REPUBLICA*. Obtenido de <https://larepublica.pe/sociedad/1371389-bolsas-canitas-envases-plastico-dejaran-entregarse-tres-anos>

Ministerio del Ambiente- El Comercio. (2014, Mayo 1). Obtenido de <https://archivo.elcomercio.pe/amp/economia/peru/bolsas-plasticas-mas-3-mlls-se-consumen-cada-ano-lima-noticia-1726545>

PERU 21. (2018, Febrero 8). *DIARIO PERU 21*. Obtenido de <https://peru21.pe/economia/balanza-comercial-alcanzo-superavit-us-7-049-millones-2018-458447>

Plastic, T. N. (2018, Mayo 18). *Ministerio Del Ambiente*. Obtenido de <http://www.minam.gob.pe/menos-plastico-mas-vida/cifras-del-mundo-y-el-peru/>

RAZON, R. W. (2018, Mayo 30). *DIARIO LA RAZON*. Obtenido de <http://larazon.pe/2018/05/30/lima-es-la-segunda-ciudad-mas-contaminada-de-latinoamerica/>

ANEXOS

Anexo 1: Lienzo Canvas

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente (ventaja especial)	Segmentos de Clientes
Proveedor: AVANI Clientes: NGR Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> Selección del mejor proveedor Determinar de manera adecuada los términos de importación. Participar en ferias y eventos donde también nos sea posible interactuar con los potenciales compradores para explicar el proceso y características de las bolsas 	Bolsas plásticas biodegradables a base de almidon de yuca resistentes que ayudan al cuidado del medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> Uso de páginas web brindando información de nuestra idea novedosa. Marketing digital Ofrecer ofertas especiales por pedidos grandes y recurrentes 	NGR Restaurantes
	Recursos Clave		Canales	
	Financieros Humanos (Trabajadores satisfechos bien remunerados con compromiso y dedicación.		Importación de Indonesia.	
Estructura de Costes			Estructura de Ingresos	
<ul style="list-style-type: none"> Costos de importación 			¿Cómo vamos a ganar dinero? Por la importacion de nuestro producto	

ENCUESTA

1. ¿Actualmente usa usted bolsas plásticas para despachar sus productos?
Sí ☐ No ☐
2. ¿Las bolsas que usa actualmente de que material son?
Plástico ☐ Tela ☐ Papel ☐ Otras: _____
3. ¿Conoce usted las bolsas biodegradables a base de almidón de yuca?
Sí ☐ No ☐
4. ¿Cuál de las siguientes características considera importante en las bolsas biodegradables?
(Puede marcar más de una opción)
5. ¿Está usted interesado en contribuir al mantenimiento de la ecología del país usando bolsas biodegradables?
Sí ☐ No ☐
6. ¿Con qué frecuencia adquiere bolsas para despachar sus productos?
1 vez a la semana ☐ Quincenalmente ☐ Mensualmente ☐
7. ¿Cuánto está dispuesto a pagar adicionalmente por bolsas biodegradables por unidad?
5% adic ☐ 10-15% adic ☐ 20% adic ☐
8. ¿Te gustaría que tus bolsas vengan con tu logo sin costo adicional?
Sí ☐ No ☐
9. ¿Qué tamaños de bolsas utiliza usted con más frecuencia? (Puede marcar más de una opción)
Pequeña ☐ Mediana ☐ Grande ☐
- 10.- ¿Cuál es la forma de pago que usa actualmente?
Abono en cuenta ☐ Cheque bancario ☐ Letras ☐